

**GENERACION DE LOS CONTENIDOS DE LAS MALLAS CURRICULARES DE LAS
ASIGNATURAS DE PLAN DE NEGOCIO I Y II, PARA EL DESARROLLO DE LA
EMPRESARIALIDAD EN LOS ESTUDIANTES DE LA FORMACIÓN TÉCNICA DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ**

ANGELA CRISTINA MÉNDEZ GIL

Trabajo de grado como requisito parcial para optar al título de Magister en Educación

Director

LUZ HELENA RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ

Magíster en Educación

UNIVERSIDAD DEL TOLIMA

FACULTAD CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

MAESTRÍA EN EDUCACIÓN

IBAGUÉ – TOLIMA

2017



UNIVERSIDAD DEL TOLIMA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
PROGRAMA DE MAESTRIA EN EDUCACIÓN



2/3

ACTA DE SUSTENTACION PUBLICA N° 038

SEMESTRE A-2017

Siendo las 5:20 pm horas del día 26 de julio de 2017 se reunieron en el bloque 15 aula 02 -Universidad del Tolima, el estudiante, el jurado, el Director del trabajo de grado e invitados al acto de sustentación.

TITULADO:


GENERACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE LAS MALLAS CURRICULARES DE LAS ASIGNATURAS DE PLAN DE NEGOCIO I Y II PARA EL DESARROLLO DE LA EMPRESARIALIDAD EN LOS ESTUDIANTES DE LA FORMACIÓN TÉCNICA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ.

La calificación otorgada por el jurado a la sustentación es la siguiente:

JURADO NOMBRE	SANDRA ESPERANZA CELY RAMIREZ	CALIFICACION	4.5
---------------	-------------------------------	--------------	-----

SIENDO LAS: 6:10 PM. HORAS SE CERRO EL ACTO DE SUSTENTACION

EN CONSTANCIA SE FIRMA:

JURADO NOMBRE	SANDRA ESPERANZA CELY RAMIREZ	FIRMA	
---------------	-------------------------------	-------	--

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por permitir que mis sueños se hagan realidad.

A mi Madre por enseñarme a ser emprendedora y persistente para alcanzar cada una de las metas que me proponga.

A mi hermana por darme ánimo y fortaleza para culminar este proceso.

A mi esposo y mis dos hijas por su paciencia y colaboración en cada uno de los momentos.

Ángela Cristina Méndez Gil

AGRADECIMIENTOS

Mil gracias de corazón, a mi asesora, la magister Luz Helena Rodríguez Rodríguez, por su paciencia, dedicación, compromiso y acompañamiento en esta investigación. Ha sido un privilegio contar con su guía en este proceso. Agradezco a mis estudiantes del grado décimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá, por su colaboración.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	18
2. OBJETIVOS.....	19
2.1 OBJETIVO GENERAL	19
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
3. JUSTIFICACIÓN.....	20
4. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	23
4.1 INTERNACIONAL	23
4.2 NACIONAL.....	24
4.3 LOCAL	25
5. MARCO TEÓRICO	28
5.1 EL EMPRENDIMIENTO. DESARROLLO HISTÓRICO Y SUSTENTOS TEÓRICOS	28
5.2 EMPRENDIMIENTO COMO DISCIPLINA	34
5.3 EMPRESARIALIDAD	40
5.4 CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO.....	43
6. METODOLOGÍA	48
6.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO	48
6.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	48
6.3 CATEGORIAS DE ANALISIS.....	49
6.4 POBLACIÓN Y MUESTRA OBJETO DE ESTUDIO	49

6.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	50
6.6 CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS TÉCNICAS A EMPLEAR	51
6.6.1 Análisis de contenido	51
6.7 CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS	52
6.7.1 Revisión documental	52
6.7.2 Cuestionario	52
7. ANÁLISIS DE RESULTADOS	53
7.1 ELEMENTOS CURRICULARES DE LAS ASIGNATURAS “PLAN DE NEGOCIO I y II” DENTRO DEL ÁREA EMPRESARIAL EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ	53
7.1.1 Elementos de la Empresarialidad encontrados en el P.E.I.	54
7.1.2 Elementos del Plan de Área Empresarial encontrados en el P.E.I.	56
7.1.3 Estructura curricular del área Empresarial	57
7.1.4 Malla curricular área empresarial	60
7.2 CARACTERIZACIÓN DEL ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESARIALIDAD EN LOS ESTUDIANTES DEL GRADO DECIMO DE LA FORMACIÓN TÉCNICA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ DE IBAGUÉ	62
7.2.1 Saberes previos de empresarialidad	62
7.2.2 Expectativas de los estudiantes de grado decimo frente a la empresarialidad	64
7.3 CONSTRUCCION DE LAS MALLAS CURRICULARES DE LAS ASIGNATURAS “PLAN DE NEGOCIO I y II” PARA LOS ESTUDIANTES DE LA FORMACIÓN TÉCNICA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ	72
8. CONCLUSIONES	80
8.1 EN RELACIÓN CON EL PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO	80
8.2 EN RELACIÓN CON EL SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO	81
8.3 EN RELACIÓN CON EL TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO	82
RECOMENDACIONES	83

REFERENCIAS	84
-------------------	----

ANEXOS	89
--------------	----

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Definiciones de emprendedor y emprendimiento.....	32
Tabla 2. Técnicas e instrumentos con relación a los objetivos de la investigación.....	50
Tabla 3. Elementos de la Misión y Visión del PEI relacionados con la empresarialidad.	54
Tabla 4. Elementos relacionados con la formación de los educandos contemplados en el P.E.I relacionados con la empresarialidad.	55
Tabla 5. Objetivos que se establecen sobre el área empresarial en el P.E.I relacionados con la empresarialidad.	57
Tabla 6. Asignaturas e intensidad horaria semanal del área Empresarial Institución Educativa Técnica Boyacá, para la básica secundaria	58
Tabla 7. Asignaturas e intensidad horaria semanal del área Empresarial Institución Educativa Técnica Boyacá, para la educación media técnica.....	59

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Elementos del emprendimiento	35
Figura 2. Diversas perspectivas para investigar la disciplina del emprendimiento	39
Figura 3. Malla curricular de la asignatura de emprendimiento del área empresarial de la Institución Educativa Técnica Boyacá	61
Figura 4. ¿Ha pensado alguna vez en generar iniciativas de negocio?	65
Figura 5. ¿Alguna vez ha considerado que tus ideas se pueden convertir en proyectos productivos?	67
Figura 6. ¿Le gustaría desarrollar su creatividad diseñando un proyecto que le permita fortalecer su proyecto de vida?	68
Figura 7. ¿Le gustaría a través de la elaboración de un proyecto productivo acercarse al mundo laboral?	70
Figura 8. ¿Le gustaría participar como expositor en una muestra empresarial?	71

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Cuestionario.....	90
Anexo B. Elementos curriculares de las asignaturas “Plan de negocio I y II” dentro del área empresarial en el P.E.I. de la Institución Educativa Técnica Boyacá	92

RESUMEN

En el presente estudio se establecen los resultados de la investigación generación de los contenidos de las mallas curriculares para las asignaturas de “Plan de Negocio I y II” como desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de la formación técnica de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué. La investigación se planteó como objetivo generar los contenidos de las mallas curriculares de las asignaturas de plan de negocio I y II, para el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de los grados 10 y 11 de dicha institución, para lograr este objetivo, se caracterizaron los elementos curriculares de estas asignaturas dentro del área empresarial, permitiendo así caracterizar el estado actual del desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes del grado décimo, los resultados que arrojó la investigación sirvieron como referente para la elaboración de las mallas curriculares de las asignaturas de “Plan de Negocio I y II” en la formación Técnica Empresarial.

Esta investigación siguió un diseño cualitativo de tipo analítico descriptivo, en la que la recolección de la información se realizó a través de un cuestionario, revisión documental y guía de revisión documental. El análisis de esta información se basó en los componentes del P.E.I, relacionados con la empresarialidad, y los saberes previos y expectativas en torno a la empresarialidad de los estudiantes de grado décimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá.

Palabras Claves: Malla curricular, plan de negocio, empresarialidad.

ABSTRACT

The present study establishes the results of the research "Generation of the contents of the curricular for the subjects of " Business Plan "as a development of entrepreneurship in students of the technical training of the Educational Institution Boyacá of the city of Ibagué. The objective of the research was to propose the curricular mesh of the subject of business plan I and II, for the development of entrepreneurship in students in grades 10 and 11 of said institution, in order to achieve this objective, the curricular elements Of the subject "Business Plan" within the business area, thus allowing the characterization of the current state of development of entrepreneurship in 10th grade students, the results of the research served as a reference for the development of the curricular mesh of the subject Of "Business Plan I and II" in the Technical Business Training.

This research followed a descriptive qualitative qualitative design, in which the information was collected through a questionnaire, document review and document review guide. The analysis of this information was based on the components of P.E.I., related to entrepreneurship, and the previous knowledge and expectations about the entrepreneurship of the tenth grade students of the Technical Educational Institution Boyacá.

Keywords: Curriculum mesh, business plan, entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

“Estamos en medio de una revolución silenciosa: el triunfo del espíritu empresarial y de la creatividad humana en todo el mundo” (Tommons, citado por Duarte & Ruiz, 2009, p. 326)

Actualmente en el contexto educativo, el desarrollo de la empresarialidad, produce gran impacto en el proceso enseñanza y aprendizaje, puesto que al implementarla y fortalecerla, incentiva el espíritu empresarial y la creatividad en los jóvenes, brindando las herramientas suficientes para desarrollar su proyecto de vida y contribuir al desarrollo de una sociedad que cada vez más, exige personas dinámicas, dispuestas al cambio, generadora de ideas, críticas y seguras de sí mismas.

En consideración con lo anterior, es importante señalar que la empresarialidad es, según lo contemplado en la Ley 1014 del 2006 "el despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales" (p. 1).

Así que el objetivo de estudio de este proyecto se centra en generar los contenidos de las mallas curriculares de las asignaturas de “Plan de Negocio I y II” para el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de la educación media técnica de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué. De ahí que esta investigación es de importancia para los docentes del área empresarial, quienes se preocupan por mejorar los procesos educativos y están dispuestos a adoptar los métodos y herramientas para desarrollar un adecuado ambiente de aprendizaje que motive la creatividad, la comunicación asertiva, la innovación, la habilidad para pensar, la gestión de proyectos, es decir, en fortalecer competencias prácticas en los estudiantes para la vida, porque lo más importante para esta generación es que aprenda a “saber hacer”.

Dentro de este estudio de investigación se establece las categorías de emprendimiento y empresarialidad sustentadas con postulados sólidos, los cuales constituyen referentes que con la caracterización de elementos curriculares de la asignatura “plan de negocio” dentro del área empresarial y la aplicación de un cuestionario, el cual indaga sobre los saberes previos y expectativas en torno a la empresarialidad en los estudiantes de grado décimo de la Institución Educativa, se logró construir las mallas curriculares de las asignaturas “Plan de negocio I y II” para desarrollar la empresarialidad en los estudiantes de la formación Técnica de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué, constituyendo este estudio, una oportunidad de fortalecimiento del Proyecto Educativo Institucional y de articulación a la comunidad educativa que se encuentra inmersa dentro de un contexto netamente comercial.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad es común hablar de globalización y cambio, en un mundo donde cada vez hay menos fronteras, de ahí que a nivel mundial surja un interés por el emprendimiento para el desarrollo económico y social de los países. Colombia es uno de ellos, con economías en desarrollo y con alto potencial de crecimiento. Por eso es urgente prepararse cada vez mejor para asumir los retos de la sociedad global en la que estamos inmersos, a través de la formación del talento humano con unas competencias que le permitan desenvolverse efectivamente en cualquier sector productivo, desarrollando habilidades que aporten al crecimiento económico del país, desde una educación pertinente tal como lo anunció la UNESCO en la conferencia Mundial de 2009:

Debemos buscar un compromiso común con la educación que dote a las personas de la capacidad de cambiar. Una educación de este tipo debería ser de tal calidad, que transmitiese los valores, conocimientos, aptitudes y competencias necesarias para llevar una vida sostenible, participar en la sociedad y realizar un trabajo decoroso. (Citado por Cristancho, 2012, p. 39)

Como respuesta a este reto el Congreso de la República de Colombia expide la Ley 1014 del 26 de enero de 2006, que fomenta el emprendimiento como: “el desarrollo de la cultura con acciones que buscan, entre otros, la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo” (MEN, 2006, p. 1), esto indica que más allá de fortalecer conocimientos en los estudiantes para la creación de empresas, es necesario lograr una formación integral donde se incentive y fomente: la comunicación asertiva, la iniciativa en la elaboración y gestión de proyectos, la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, toma de decisiones, manejo adecuado de recursos, organización e innovación. Habilidades y actitudes inherentes para la formación de un espíritu emprendedor que orienten el actuar

de personas expresivas, críticas, conscientes de sí mismas, que buscan nuevas significaciones en su proyecto de vida, para trascender, superar sus dificultades, lograr sus metas con iniciativa, teniendo un sentido de responsabilidad personal y social en la satisfacción de necesidades y la solución de problemáticas en cualquier ámbito de su vida.

Esta nueva mirada sobre el emprendimiento y la empresarialidad se ha empezado a promover desde el Ministerio de Educación Nacional de Colombia a través de la Guía 39 denominada “Orientaciones para el fomento de la cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos” y la Guía 21 “Aportes para la construcción de currículos pertinentes” en la que se hace un llamado a las instituciones educativas del país a promover la formación para el emprendimiento con estrategias que vayan más allá de la inclusión curricular de la llamada cátedra de emprendimiento y tengan como horizonte el diseño e implementación de un proyecto estratégico de estructuración y consolidación de una cultura institucional para el emprendimiento y la empresarialidad, en el cual se articulen las diversas áreas de gestión de las instituciones educativas y se involucren a los diversos actores de la comunidad educativa.

Desde esta perspectiva, en la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué, en su horizonte institucional está establecido el emprendimiento como una oportunidad de fortalecimiento del proyecto educativo institucional (P.E.I) y de articulación de la comunidad educativa para la consolidación de una propuesta de formación integral y pertinente que brinda a los niños, niñas y jóvenes las herramientas suficientes para desarrollar su proyecto de vida y contribuir al desarrollo de la comunidad estudiantil, teniendo en cuenta que son pertenecientes a núcleos familiares fragmentados y en situaciones de vulnerabilidad, de estrato socio económico bajo, hijos de vendedores ambulantes de las plazas de mercado aledañas, de empleados informales, muchos de los jóvenes estudiantes de la institución ejercen el comercio informal en el centro de la ciudad. De ahí que las directrices establecidas por el Ministerio de Educación Nacional (MEN) en relación con el tema del emprendimiento, son direccionadas en el plan de área empresarial como mentalidad emprendedora, desde

hace doce años en los grados sexto a noveno, del mismo modo la Institución Educativa Técnica Boyacá se encuentra articulada desde hace ocho años, con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA en el programa de formación denominado, Técnico en “Ventas de Productos y Servicios”, es así que los estudiantes del grado décimo y undécimo actualmente se encuentran vinculados como aprendices de dicha entidad, los cuales deben cumplir con los requerimientos establecidos para optar el título como “Técnicos en ventas de Productos y Servicios”, igualmente la Institución Educativa en su condición de “Técnica”, está facultada según resolución Número 71003057 de Noviembre 20 de 2013 por la Secretaria de Educación Municipal de Ibagué, para otorgar a los estudiantes que culminan el proceso en grado undécimo el título de “ Bachiller Técnico en Ventas de Productos y Servicios”.

Hay que señalar además que en el plan de estudios del área empresarial de la Institución, se encuentran contempladas diferentes asignaturas, entre ellas está, el Plan de Negocio I y II, la cual tiene como finalidad desarrollar la empresarialidad en los estudiantes de la formación técnica, pero en la actualidad no existen las mallas curriculares de estas asignaturas para los grados décimo y undécimo, hecho que hace que los docentes vinculados al área, cuando les corresponda orientar las asignaturas cambien los contenidos de acuerdo a su perspectiva, sin tener en cuenta fundamentos pedagógicos y didácticos. Por esto los procesos de enseñanza y aprendizaje se desarrollan en un marco de contenidos individuales, con el ánimo de enseñar conceptos frente al tema que se está orientando, no se evidencia un trabajo secuenciado, ni un papel activo del estudiante en su proceso, este se convierte en un simple receptor y reproductor de información. Es así, como la evaluación que se lleva a cabo es aquella que mide contenidos, centrada más en el conocimiento de la disciplina como producto final que en desarrollar las otras dimensiones del aprendizaje como habilidades y actitudes, le dan gran importancia a la medición de los aprendizajes evidenciada en una calificación, pues las metodologías y estrategias de evaluación que utilizan son producto de las prácticas que han interiorizado desde su misma experiencia, es de connotar que las practicas pedagógicas implementadas en el área empresarial se han desarrollado de manera empírica y desorganizada y aun así los resultados obtenidos en los estudiantes han sido

favorables en los diferentes concursos de ideas de negocio que incentiva el Programa Ibagué Emprende Laboratorios Microempresariales de la Alcaldía de Ibagué.

Desde esta perspectiva y al observar la carencia de referentes a seguir en las acciones pedagógicas en el área, es así que, como desde mi experiencia como docente del área empresarial de la Institución Educativa, hace seis años he venido desarrollando con los estudiantes de los grados décimo y undécimo, los contenidos de las asignaturas de Plan de Negocio I y II de forma independiente, de ahí que teniendo en cuenta las motivaciones de los estudiantes con respecto a la empresarialidad y aprovechando la oportunidad dentro del contexto del marco de la Maestría en Educación, me he propuesto por lo tanto en generar los contenidos de las mallas curriculares para los grados décimo y undécimo de las asignaturas de Plan de Negocio I y II, que aporte elementos como: contenidos, actividades, desempeños y así mismo oriente las acciones pedagógicas para la elaboración de un plan de negocio, contribuyendo al mejoramiento de los procesos educativos y sirva de apoyo a los docentes del área empresarial, permitiendo así cumplir con el objetivo: desarrollar la empresarialidad en los estudiantes de la formación técnica empresarial de la Institución Educación Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué.

1.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles deben ser los contenidos de las mallas curriculares de las asignaturas Plan de Negocio I y II para el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de la formación técnica de la Institución Educativa Técnica Boyacá de Ibagué?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Generar los contenidos de las mallas curriculares de las asignaturas de Plan de Negocio I y II para el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de la formación Técnica Empresarial (grado 10 y 11) de la Institución Educación Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar los elementos curriculares de las asignaturas “Plan de negocio I y II” dentro del área empresarial en la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué.

Caracterizar el estado actual del desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes del grado décimo de la formación técnica de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué

Generar las mallas curriculares para el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de la formación técnica.

3. JUSTIFICACIÓN

En Colombia existe un entorno sociocultural que se caracteriza por el fomento a la creatividad y la iniciativa empresarial, en el país, trabajar se considera ser empleado de alguien, sin embargo, las ofertas de empleo se han vuelto más escasas, dado que la gente debe pensar en la posibilidad de un negocio propio, de generar empleo, auto emplearse, en lugar de buscarlo, por lo cual se hace necesario incentivar al estudiante desde sus inicios en la academia, para ser emprendedor, innovador, creativo, generador de ideas y desarrollador de las mismas.

Es así que el sistema educativo se constituye como el medio más eficiente para transferir, nacionalizar y rehacer la cultura, por lo cual es desde la escuela, en sus diferentes grados de escolaridad que se debe promover la transformación de la educación, en estas condiciones los establecimientos educativos deben trabajar para lograr el proceso formativo de los estudiantes, en los currículos y planes de estudio se debe incluir la cultura del emprendimiento para desde allí proyectar la generación de oportunidades laborales, la obtención de riqueza a través de una labor mancomunada entre los distintos sectores productivos e instituciones, enmarcando así a la educación como un derecho, donde se brinden las oportunidades para que toda la población se encamine hacia el desarrollo humano.

Por lo cual la Institución Educativa Técnica Boyacá no es ajena a este cambio, las directrices emanadas por el M.E.N en el tema de emprendimiento son direccionadas en el P.E.I, y en los planes de estudio del área empresarial, desde hace doce años se viene orientando la cátedra de emprendimiento para los grados sexto a noveno y desde hace ocho años hasta la actualidad, la formación Técnica en Ventas de Productos y servicios, programa que la Institución Educativa tiene en articulación con el SENA, para la educación media técnica, es decir los grados décimo y undécimo, siendo beneficiada una comunidad estudiantil donde la mayoría de los padres de familia comercializan

productos agrícolas en las plazas de mercado cercanas y los jóvenes ejercen trabajos informales.

Es por esto que en el plan de estudios de la formación técnica se contemplan unas competencias articuladas con el SENA, otras asignaturas como el plan de negocio I y II solo se encuentra incluida en el currículo de la Institución Educativa, cuya finalidad es el desarrollo de empresarialidad en los estudiantes de los grados décimo y undécimo, pero en la actualidad no existen las mallas curriculares de las asignaturas de plan de negocio I y II, la cual contenga: competencias, contenidos y desempeños, esta falencia hace que no se cumpla con el objetivo por el cual fue incluida las asignaturas de plan de negocio I y II en el área empresarial, que es desarrollar los principios básicos de la educación empresarial, en una comunidad donde no se visualiza posibilidades de empleos dignos, muchos de los estudiantes rechazados por la misma sociedad por habitar barrios que se consideran de alta peligrosidad, a esto se agrega las dificultades para ingresar al sistema educativo superior.

En consonancia con lo expuesto, es importante mencionar que la educación empresarial, para los autores McIntyre y Roche (1999 citados en Crissien, 2011) “es un proceso que proporciona a los individuos los conceptos y capacidades para reconocer oportunidades que otros no han visto y la intuición y autoestima para actuar donde otros no lo han hecho” (p. 102).

De ahí que la elaboración de las mallas curriculares del plan de negocio I y II, aporta elementos importantes que van a permitir desarrollar en los jóvenes boyaquistas de los grados décimo y undécimo, habilidades y actitudes para que ellos mismos a partir de sus ideas construyan un plan de negocio, generando oportunidades y destrezas que puedan aplicar en su vida diaria, convirtiéndolo en un elemento de apoyo para la comunidad, y así mismo para el proyecto de vida de ellos y sus familias, como resultado va a contribuir a despertar el espíritu empresarial y en muchas microempresas familiares que ya están en marcha dar otro direccionamiento, aportando en la comunidad educativa nuevas expectativas para que en un futuro sean empresarios de éxito, siendo parte de la solución

y contribuyendo a encontrar el camino de la superación, del bienestar y de la prosperidad, mejorando sus propias condiciones de vida y por ende de una sociedad.

4. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El presente apartado sintetiza algunos estudios que han sido indagados en diferentes bases de datos académicas y científicas como: Scielo, Google Académico, Redalyc y Dialnet, lo cual permitió la realización de fichas de sistematización accediendo al análisis y contraste de temas, problemas, objetivos, marcos teóricos y metodológicos, sobre la empresarialidad en el ámbito educativo en diferentes contextos: internacional, nacional y local.

4.1 INTERNACIONAL

La ponencia Fundamentos Teórico- Metodológicos para la Formación en Emprendimiento y el Desarrollo de la Capacidad de Innovación en Profesionales. Caso de Estudio Facultad de Especialidades Empresariales Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – UCSG-, de Hidalgo (2016), es la sustentación teórica y metodológica para un proyecto de formación en emprendimiento y fortalecimiento de capacidad de innovación de profesionales que toma como caso de estudio la Carrera de Emprendedores de la UCSG. El tema que aborda reviste una particular importancia, dado que el fortalecimiento de propuestas emprendedoras constituye hoy una necesidad para el cambio de la matriz productiva y el desarrollo del país, de ahí la pertinencia de la formación en esa área que dotaría a los graduados de capacidades como pensamiento estratégico, conciencia de la necesidad de innovación, preparación para enfrentar el cambio y la incertidumbre, competencias comunicativas y capacidad para la identificación de nuevas necesidades, por sólo señalar algunas de las ventajas que se derivarían de esa formación. La importancia de la investigación se relaciona con el aporte que supone una fundamentación tanto teórica como metodológica acerca de la pertinencia de un proyecto educativo para la formación de profesionales emprendedores, lo cual podría influir en la incorporación de este tipo de formación en diversas carreras universitarias y con ello contribuir a una mejor inserción de los graduados en la sociedad,

así como a un mayor aporte por su parte en cuanto al desarrollo de sus comunidades y por ende, del país.

La investigación de Guzmán y Liñán (2005), *Una aproximación a la educación para el espíritu empresarial*, analiza la forma de concebir la formación empresarial formativa en EEUU y en Europa y profundiza en las consecuencias prácticas de esa divergencia, mostrando que en EEUU se haya claramente consolidada con un enfoque centrado en la formación para la creación de empresas, por su parte, el desarrollo seguido en Europa ha sido mucho más tardío. Tan sólo en Reino Unido y, en menor medida, Francia se pusieron en marcha algunas iniciativas durante los años setenta. En el resto del continente, en cambio, no ha sido hasta los años noventa cuando se ha producido la verdadera difusión de la educación para la empresarialidad. En particular, la Comisión Europea ha contribuido significativamente desde su Dirección General de Empresa mediante la organización de reuniones, la identificación y divulgación de las mejores prácticas y, en definitiva, mediante una tarea de coordinación muy relevante.

4.2 NACIONAL

A nivel nacional el artículo de Guarnizo y Velásquez (2015), *la cultura del emprendimiento y la empresarialidad en Instituciones Educativas de Colombia: Realidades y oportunidades*, sintetiza los resultados del Estudio Nacional de Caracterización de la Cultura del Emprendimiento y la Empresarialidad que desarrolló en 2012 el Ministerio de Educación Nacional en convenio con la Organización Internacional de las migraciones - OIM- y la Fundación Universitaria Cafam, el cual identificó las actitudes de docentes y estudiantes de la educación media frente al emprendimiento y la empresarialidad, así como el estado de gestión de las instituciones educativas en relación con el tema, concluyendo con respecto al perfil emprendedor, se identificó como promedio que los estudiantes de educación media en Colombia tienen un mayor desarrollo de las actitudes relacionadas con la capacidad para asumir riesgos, visión del futuro y de autorregulación; por su parte, el pensamiento flexible, el uso de herramientas tecnológicas y la materialización de ideas en proyectos, son las habilidades menos desarrolladas.

De igual manera, el artículo de García (2013), *Emprender desde la escuela, aportes a la formación para el emprendimiento desde la pedagogía por proyectos*, el cual centra su discusión en los aportes de la formación para el emprendimiento -FpE- mediante la Pedagogía por Proyectos -PpP-, la cual se desarrolla en la Institución Educativa Centro Juvenil Campesino de Nobsa (Boyacá), y se fundamenta en la necesidad de motivar en las prácticas escolares el emprendimiento, como una estrategia para fortalecer capacidades en los individuos para la autogestión y proyección de cada sujeto en su entorno, proceso sustentado desde el método de investigación-acción, en la medida en que ha permitido la observación, reflexión, planeación y ejecución. La experiencia destaca la importancia de incentivar este tipo de procesos en la escuela, permitiendo recrear ambientes para la generación de actitudes emprendedoras, dando como resultado el aprendizaje significativo, la interdisciplinariedad y el fortalecimiento del proyecto de vida de los estudiantes, logrando la integración de otros actores sociales alrededor de los escenarios de formación que propone la escuela. Las primeras conclusiones alrededor de esta investigación giran en torno a la dinamización que se debe dar entre el sector educativo y el entorno, a la importancia de aproximar la escuela a las realidades contextuales del estudiante y a la vinculación de la pedagogía por proyectos, que potencializa la labor educativa y permite el fortalecimiento de la convivencia y el desarrollo de habilidades y de la cultura emprendedora desde la escuela.

4.3 LOCAL

Así mismo a nivel local el trabajo de Reinoso (2012), *Aplicación de un ambiente virtual de aprendizaje orientado a la formación empresarial*, cuyo objetivo de aprendizaje es orientar pedagógicamente la actitud emprendedora (emprendimiento) a la actitud empresarial (empresarismo), apoyado en la aplicación de Tecnologías de Información y Comunicación -TIC-, aplicado en junio de 2008 a 22 estudiantes universitarios en administración de empresas con el fin de probar el Ambiente Virtual de Aprendizaje -AVA- para facilitar el desarrollo de competencias emprendedoras y empresariales, concluyendo que el uso de AVA presenta limitaciones tecnológicas, tanto por la carencia en recursos como de capacitación en el uso de software aplicado y en la parte

pedagógica por la falta de contacto personal para orientar los encuentros estudiante-contenidos. Se recomendó un estudio previo de la población objetivo para adecuar el ambiente virtual de aprendizaje a las condiciones encontradas y plantear las futuras líneas de investigación al desarrollo de aplicaciones tecnológicas en formación emprendedora, cadena de valor en el emprendimiento, ecosistema emprendedor, y redes de conocimiento en emprendimiento empresarial.

De otra parte, *La Universidad del Tolima explora el emprendimiento rural juvenil, desde la perspectiva asociativa en el Municipio de Ibagué*, trabajo de Falla, Morales, Páramo & Rengifo (2008), muestra la preocupación hacia el futuro de las nuevas generaciones en especial en los sectores rurales y describe los resultados de un primer acercamiento por parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas a descubrir entre los jóvenes hombres y mujeres su capacidad emprendedora pero que sea capaz de entenderla dentro del marco de la asociatividad. Este primer esfuerzo se desarrolló en tres corregimientos del municipio de Ibagué. Y el propósito fue adelantar acciones de Interacción Universidad Instituciones de Educación Media y Negocios Empresariales establecidos, así como detrás de ellos, empresas y entidades que apoyan el desarrollo del emprendimiento en la región.

Analizando las anteriores publicaciones con relación al objeto de estudio, se puede concluir que; la educación empresarial se ha desarrollado en primera instancia en los Estados Unidos con resultados exitosos, fortaleciéndose en el sistema educativo durante los años setenta y ochenta con algunos proyectos de sensibilización. En la actualidad posee un trascendental reconocimiento el desarrollo de un espíritu empresarial a nivel científico y académico, luego se fue expandiendo al resto del continente hacia los años noventa.

Posteriormente el tema de emprendimiento es abordado por estudiantes pertenecientes a las facultades de ciencias económicas en educación superior, aportando beneficios para ellos y a la sociedad profesionales emprendedores, tal como lo indica Durand (2012) “las experiencias internacionales indican que los estudiantes que reciben una educación

y formación escolar que estimula el espíritu emprendedor presentan mejores resultados académicos, liderazgo dentro de su entorno educativo y mejores logros educativos” (Citado en Guarnizo & Velásquez, 2015, p. 232).

De igual modo los estudios aquí analizados demuestran que en Colombia este tema es relativamente joven en el contexto educativo, los docentes de las Instituciones de educación media fortalecen el tema del emprendimiento utilizando diferentes estrategias pedagógicas, demostrando en los estudiantes el desarrollo de actitudes emprendedoras tal como lo indica la guía 39 del MEN, igualmente a nivel local, con los estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad del Tolima, en las investigaciones se presentan diferentes metodologías para la enseñanza como: el uso de ambientes virtuales y talleres de asociatividad y emprendimiento para los docentes de instituciones de sector rural.

Es importante mencionar que en esta revisión bibliográfica aquí expuesta, no se encontró un estudio que delimitara la elaboración de la malla curricular del plan de negocio, aspecto que da importancia a este estudio, y en particular siendo relevante para esta investigación, los hallazgos encontrados tal como lo indica Guarnizo y Velásquez (2015):

Respecto a la empresarialidad es de resaltar que, a nivel del país, no se evidencia con claridad y como tendencia que los estudiantes estén desarrollando emprendimientos empresariales, solo un 39% de los estudiantes consultados a nivel nacional ha tenido alguna idea de negocio, donde la mayoría manifiesta encontrarse en una etapa inicial, es decir sin pasar a un estado de desarrollo que implique la elaboración de un plan de negocio o la elaboración de un prototipo. (p. 229)

5. MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo se presenta el sustento teórico, el cual fundamenta el trabajo de investigación. Se han establecido las categorías de análisis que son sustentadas con postulados sólidos dado que hacen parte del referente a partir del cual se establecerán las conclusiones del trabajo de investigación. Las categorías son emprendimiento y empresarialidad. En primera instancia se establecerá el emprendimiento, seguidamente el emprendimiento como disciplina, la empresarialidad y la cultura del emprendimiento.

5.1 EL EMPRENDIMIENTO. DESARROLLO HISTÓRICO Y SUSTENTOS TEÓRICOS

El concepto de emprendimiento ha sido abordado por diversidad de investigadores y teóricos, con el objeto de dar una definición adecuada, pero en realidad se desconoce un origen anterior a la aparición de la palabra “*entrepreneu*”, la cual es de origen francés, dicha palabra se ha tomado como emprendedor. Según la Real Academia Española, un emprendedor es aquel “que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras” (RAE, 2014).

Ahondando un poco más en la palabra “*entrepreneur*” Herrera & Montoya (2013) han indicado como significado “pionero” y ha sido “utilizada inicialmente para referirse a aventureros” (p. 19) (Formichella, 2004, p. 3). Aunque su uso inició en el siglo XXI “hoy en día, esta misma actitud hacia la incertidumbre es lo que caracteriza al emprendedor” (p. 19).

Según López (2014):

Si bien ya en 1755 aparecen las primeras definiciones de empresario, se consideran [algunos] autores como los principales creadores del concepto de emprendimiento. Dentro de los economistas franceses del siglo XIX, considerados como los iniciadores de las definiciones modernas de

emprendimiento, destacan al autor francés Jean-Baptiste Say. Este autor es el que inicialmente habla del concepto de creación de valor como una de las características principales del emprendimiento. (Dees, 1998, citado por López, 2014, p. 17)

Para Herrera & Montoya (2013) el emprendimiento se establece “como campo de estudio no es mayor de 30 años, pero se ha desarrollado significativamente durante este período de tiempo” (p. 13). Diversos autores en áreas como la economía y la creación de empresas, al inicio empezaron a tratar de describir, por medio de definiciones, lo que hoy se conoce como un emprendedor, con lo cual se formaron características para describir al emprendedor, más que para definir el concepto.

En este sentido se puede resaltar la definición expuesta por el RAE (2014) citada líneas atrás, en donde se observan elementos como acciones innovadoras. Aunque es clara la definición en alguna característica, es solo una de las indispensables para ser emprendedor.

Haciendo un recorrido histórico se destacan algunas etapas expuestas por Zuluaga (2010) quien ha resaltado en el inicio como existieron, dentro del siglo XIX algunos “intentos de definición conceptual y demarcación del “ *entrepreneur*” y demás agentes económicos” (p. 6). Entonces se ha dicho, como esta palabra de origen francés “fue utilizada en relación a las personas que inician algo nuevo, [y] posteriormente el concepto fue aplicado a las personas que establecían y manejaban un nuevo negocio” (Zackowska & Cuc, 2011, p. 114).

Ahora bien se puede dar un momento histórico más preciso, y es asociado al autor Richard Cantillon perteneciente a los fisiócratas en Francia del siglo XVIII, quien introdujo “por primera vez el concepto moderno de “*entrepreneu*”, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores”, que reciben ganancias variables e inciertas” (Rodríguez, 2009, p. 97).

En este concepto hecho desde el siglo XVIII se observa una clara división que en la actualidad se realiza casi por intuición, es decir, las personas no hacen relación con el origen del concepto emprendedor, pero entienden que difiere de las personas contratadas por un empleador. El emprendedor solo ha podido ser definido en reiteradas ocasiones por los atributos de este, motivo por el cual la construcción de la definición ha resultado de reinventar durante la historia el concepto muchas veces.

Posteriormente en el siglo XX se destaca un segundo momento en la evolución conceptual del término “*entrepreneur*”, allí se “marca el inicio de los estudios históricos del entrepreneurship con los trabajos de Max Weber y la fundación del Research Center in Entrepreneurial History en la Universidad de Harvard, donde participaron científicos de disciplinas como la sociología, la economía y la Historia” (Zuluaga, 2010, p. 6). En este caso el término entrepreneurship, es una modificación significando emprendimiento. En este sentido, la evolución histórica del emprendedor como concepto, llevó a la aparición de lo que hoy conocemos como el emprendimiento.

Este segundo momento en la evolución histórica del concepto de emprendimiento y aparición es considerado como el origen real del entrepreneurship. En este sentido Herrera y Montoya (2013) asegura:

Los primeros estudios sobre el emprendedor hay que situarlos históricamente a finales del siglo XIX y principios del XX. Sin embargo, debe aclararse que no hay consenso sobre la teoría empresarial, pero sí se ha generado una variedad de aportes sobre el emprendedor. (p. 18)

Es en este momento donde empieza a generarse gran cantidad de teorías y diferentes tópicos investigativos acerca del entrepreneurship, y su visibilidad es evidente, con lo cual se conforman diversos pequeños grupos de investigación avocados al estudio del entrepreneurship desde algunas disciplinas como la psicología, el management y la economía (Zuluaga, 2010, p. 6)

Otro momento histórico a ser resaltado durante la evolución de los términos entrepreneur y entrepreneurship es en 1942 con la aparición del economista Joseph Alois Schumpeter, dado que se atreve a realizar una definición de los emprendedores:

Ya hemos visto que la función de emprendedor consiste en reformar o revolucionar el sistema de producción, explotando un invento o, de manera más general, una posibilidad técnica no experimentada para producir una mercancía nueva o una mercancía antigua por un método nuevo, para abrir una nueva fuente de provisión de materias primas o nueva salida para los productos, para reorganizar una industria, etc. [...] Esta función (de emprendedor) no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota, consiste en lograr realizaciones. (Schumpeter, 1942 citado por Zaczkowska & Cuc, 2011, p. 114)

Como se puede observar el termino emprendimiento ha sido formado durante cambios históricos debido al desarrollo de la libre empresa, justo cuando desde la academia se hizo necesario dar definición y entendimiento a los protagonistas del crecimiento económico abocado en la creación de empresas, como entidades dispuestas a aprovechar oportunidades dentro de la economía como medio para suplir su intereses particulares.

Luego de identificar la aparición del concepto de emprendedor y de emprendimiento se condensan a continuación algunas definiciones importantes que sirven para brindar algunas luces acerca de la diversidad de definiciones disponibles. Estas son adicionales a las anteriormente expuestas.

Tabla 1. Definiciones de emprendedor y emprendimiento

Autor	Concepto	Definición
Herrera & Montoya (2013, p. 20)	Emprendedor	Aquel que mediante un proceso, y teniendo en cuenta los factores endógenos (cualidades, habilidades, conocimiento, experiencia, formación, entre otros) y exógenos (las mutaciones del entorno), lleva a cabo un proyecto, bien sea económico, social, político, ambiental, etcétera.
Jaramillo (2008, p. 1)	Emprendimiento	Viene del francés “entrepreneur”, que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Es una capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas.
García (2013, p. 23)	Emprendimiento	Se identifica con aquellas personas que asumen la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto.
	Emprendedor	Identifica ideas y las convierte en oportunidades para concretarlas en proyectos que redunden en beneficio personal y colectivo.
Gil & Martí (2013) citados por Freire (2015, p. 84)	Emprendedor	Es aquella persona que ante la vida muestra una actitud de liderazgo y de acción. Se pone en marcha y lidera su camino. No deja que le escriban el guion de su vida, se muestra como protagonista de la misma. Es aquel que tiene un sueño, una visión, algún talento innato (todos tenemos alguno). Y en torno a ese sueño, a ese talento innato, articula su proyecto de vida.
Torroba (2014, p. 10)	Emprendedor	Aquella persona que lleva a cabo un proyecto el cual conlleva un alto riesgo de fracaso en un futuro incierto, con la finalidad de obtener un beneficio acorde con el riesgo de fracaso del proyecto.
	Emprendimiento	La búsqueda, evaluación y explotación de oportunidades en el mercado a partir de la innovación, bajo unas circunstancias de futuro incierto y con una gran probabilidad de fracaso.

Autor	Concepto	Definición
		El objetivo final será obtener un beneficio extraordinario (ya sea económico o social).
Stevenson (1983) citado por López (2014)	Emprendedor	Persona que posee el ingenio necesario para superar las limitaciones impuestas por sus propios recursos, obteniendo de esta forma recursos de otros para los propios fines
Hoselitz (1960) citado por Carmen & Viveros (2011, p. 6)	Emprendedor	Es el agente de cambio que reúne y combina los medios de producción, los recursos naturales, humanos y financieros, para construir un ente productivo y encuentra el valor recibido de los productos, la recuperación del capital invertido, de los gastos que incurrió y de las utilidades que busca.

Fuente: La autora (2017).

El enfoque durante la definición del término emprendimiento ha sido en la determinación, en muchos casos de características propias de un emprendedor que acomete su actividad independiente dentro de la economía. Allí se pueden esbozar algunos términos como la innovación, la creatividad, el riesgo, la proactividad, la búsqueda de oportunidades, el talento, entre otros.

En este orden de ideas, el emprendedor ha sido una persona objeto de definiciones, y más aún de descripciones que lo caracterizan y diferencian de una persona común de la sociedad, para este caso la comparación es directa con un empleado, o alguien que no desea asumir el riesgo de “emprender” alrededor de una oportunidad en búsqueda de su beneficio personal.

Por otro lado en la actualidad la definición de un emprendedor ha sido dada por sentada en algunos contextos, hecho por el cual es cada vez más común encontrarse con situaciones en donde se usa para indicar potencialidad en una persona. Ejemplo de esto, cuando se refieren a alguien, como una persona emprendedora. Ahora bien, hacer referencias de estos conceptos resulta de gran valía para los fines del presente trabajo investigativo, además de entender su aparición histórica reciente.

5.2 EMPRENDIMIENTO COMO DISCIPLINA

El emprendimiento ha sido, durante su evolución histórica un concepto objeto de diversos modos de conceptualizar, no obstante ahora se ha empezado a estudiar a fondo al emprendedor y el emprendimiento. Estudios en donde claramente se identifican características relevantes, y además de acuerdo a planteamientos teóricos se definen factores importantes para considerar a un individuo como un ser emprendedor.

Según Herrera y Montoya (2013):

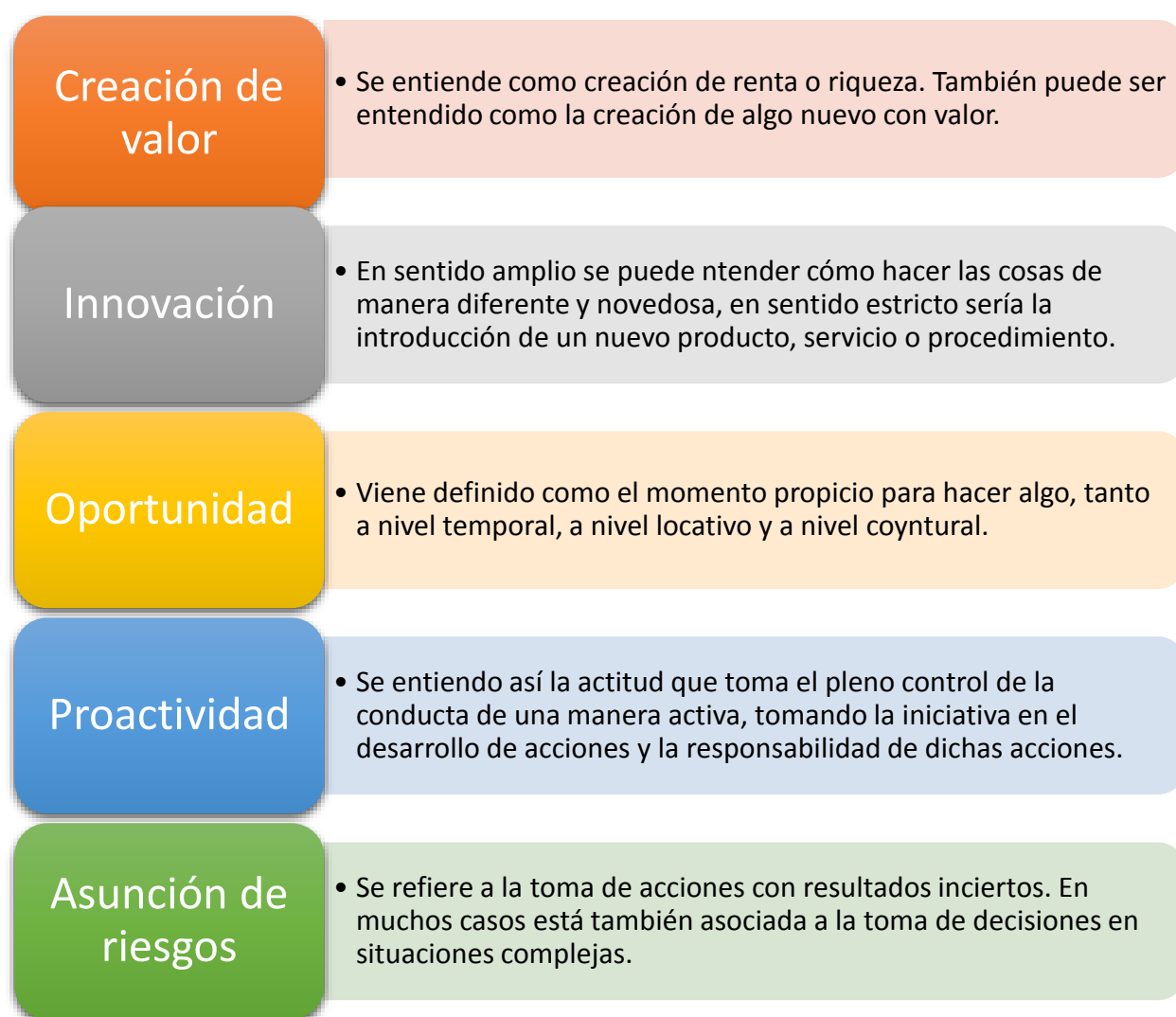
La mayoría de historiadores coinciden al afirmar que la economía actual tuvo sus orígenes a comienzos del siglo XVIII en Francia, con los fisiócratas, desprendiéndose de este fenómeno el entrepreneurs, con Richard Cantillon; posteriormente los economistas políticos perfeccionaron la definición de este concepto y complementaron los planteamientos con la innovación y el riesgo. (p. 20)

Luego de este origen del concepto del emprendedor, se puede decir que el acto de emprender el individuo, o emprendimiento es resultado de unos factores dados a fortalecer la necesidad de emprender los cuales Zaczkowska & Cuc (2011) exponen:

- Necesidad de iniciar una actividad emprendedora para subsistir,
- Una fuerte motivación intrínseca incluso ambición o aprovechamiento de oportunidades,
- Falta de oportunidades de desarrollo en el mercado laboral,
- El deseo de obtener mayores ingresos, a pesar de poseer un empleo fijo. (p. 20)

Generalmente el emprendimiento surge por la presencia de uno o más de estos factores, luego entonces diversas escuelas del conocimiento han emitido diversidad de investigaciones para entender el surgimiento del emprendimiento dentro de la sociedad, arrojando entre otros resultados, los elementos del emprendimiento condensados en la siguiente figura.

Figura 1. Elementos del emprendimiento



Fuente: (López, 2014, p. 18)

El emprendimiento ha sido objeto de estudio actualmente y la cantidad de trabajos investigativos han ido en aumento en la medida que la comunidad científica coloca sus

ojos sobre los elementos el emprendimiento como también la incidencia de este sobre el desarrollo socioeconómico de los países.

Herrera y Montoya (2013) dentro de su investigación han identificado como ha sido la evolución el emprendimiento en las áreas del conocimiento, y se han encontrado en primera medida que en el 2008 se hicieron alrededor de 862 publicaciones referentes a emprendimiento. Para el 2009 el número aumentó a 1024 y en el 2011 siguió en aumento hasta las 1497 publicaciones. Estos datos fueron tomados desde la base de Scopus (p. 14).

Dentro del mismo trabajo han identificado las asignaturas en donde se ha investigado el emprendimiento (Herrera & Montoya, 2013, p. 15), y han sido:

- Negocios, administración y contabilidad
- Ciencias sociales
- Economía, econometría y finanzas
- Ingeniería
- Medicina
- Ciencias ambientales
- Informática
- Ciencias de la decisión
- Psicología

El emprendimiento, ahora además de convertirse en un término relativamente nuevo pasó a ser un objeto de investigación, aspecto de muestra la incidencia dentro de asignaturas diversas del conocimiento además de su incidencia como una disciplina, puesto que sin el establecimiento de reglas y normas en su ejecución, el emprendimiento no lograría abanderarse en investigación.

Ahora bien, se ha mencionado el emprendimiento como disciplina, esto además es por los diversos aportes que han realizado diversos teóricos desde sus planteamientos y entonces se destacan escuelas divididas en eras, a comienzos del siglo XVIII han sido los clásicos en Francia principalmente, allí se destacan figuras como: Richard Cantillon, Jean-Baptiste Say, Adam Smith, J. H. Von Thunen, y H. K. von Mangoldt. Allí además de hacer la aparición del concepto de entrepreneur, se hace un perfeccionamiento en su definición (Herrera & Montoya, 2013, p. 20).

Luego a principios del siglo XX son los Neoclásicos quienes hacen sus aportes de quienes se destacan Max Weber, Alfred Marshall, John M. Keynes, Francis Walter, Frederick Hawley, Bates Clark y Frank Knight. En estas dos eras, los diversos eruditos hacen aportes pero solo han avanzado en identificar la visión de un trabajador superior que toma riesgos (Herrera & Montoya, 2013, p. 21).

Posteriormente es Joseph Schumpeter quien hace diversos aportes a la definición del emprendedor, pero sus aportes son principalmente desde la creatividad y la innovación. Luego está la escuela austriaca, donde se pueden resaltar algunos autores: Ludwig von Mises, Friedrich Hayek, Israel Kirzner. Allí se definen algunas otras fortalezas del emprendedor frente a su impacto en la economía y el mercado (Herrera & Montoya, 2013).

Luego están otras escuelas que han abordado el emprendimiento, y al emprendedor desde su función. Estas escuelas son: Escuela psicológica con las corrientes personalistas y cognitivas, Escuela comportamental, Escuela económica, y Escuela de

procesos. Es en este punto en donde se hace mayor relación del emprendimiento con cierta complejidad y variedad en el análisis (Herrera & Montoya, 2013, p. 24).

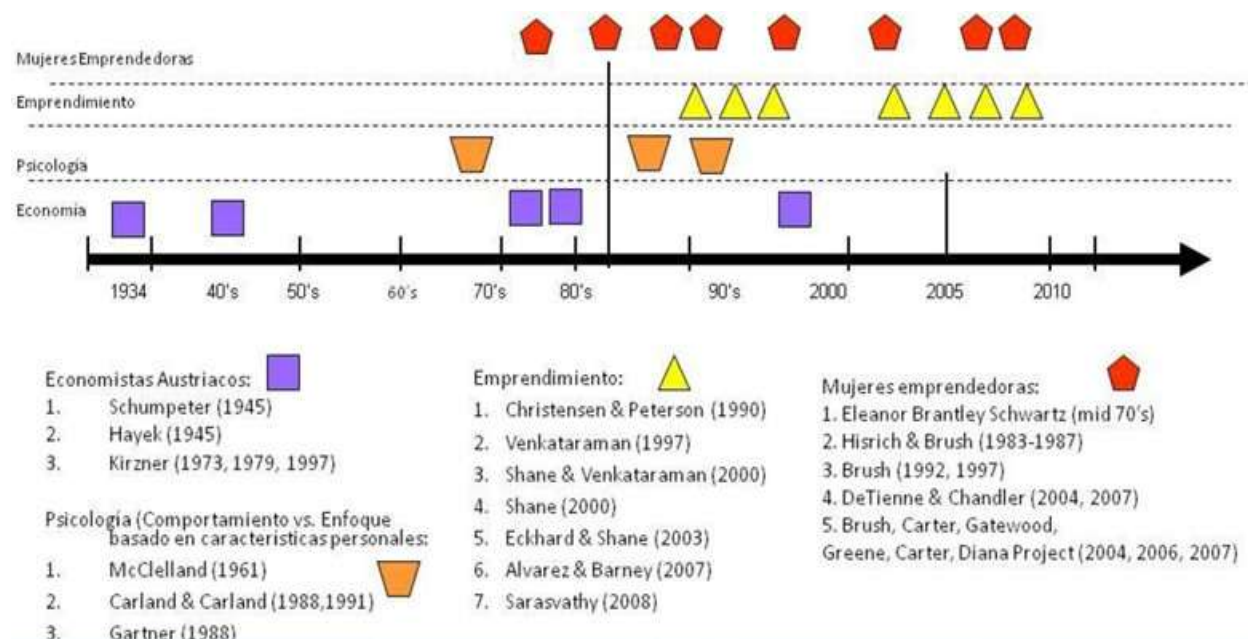
Es la conjugación de los aportes de cada una de las escuelas, de donde proceden diversidad de conceptos y referentes que proporcionaron atributos a ser claramente descritos. En otras palabras, se configuró el gen de un emprendedor, desde su conducta y comportamientos, desde los procesos y aportes a los mismos, desde su percepción de la economía y decisiones que toma dentro de la misma. Aquel ser humano capaz de aprovechar las oportunidades cuando las ve, las toma, asume el riesgo y desea cambiar el mundo que lo rodea.

Otros autores, Cunningham y Lischeron (1991, citados por López, 2014, p. 18) aseguran que existen al menos seis escuelas en donde se estudia el emprendimiento en diversos aspectos, las cuales se listan a continuación:

- La escuela de grandes hombres que estudia la intuición, los rasgos y el instinto del emprendedor.
- La escuela de las características psicológicas que investiga sobre las actitudes, valores y necesidades.
- La escuela clásica que se centra en la innovación.
- La escuela de dirección que profundiza sobre la asunción del riesgo y la organización de negocios.
- La escuela de liderazgo que ve al empresario como líder.
- La escuela de intraemprendimiento, donde analizan aquellas habilidades de emprendimiento que son buenas para organizaciones complejas.

El emprendimiento se ha logrado establecer como una disciplina por los últimos 20 años (González, 2012) y su estudio se ha desarrollado en diversidad de asignaturas de donde se ha enriquecido en su concepción, ahora se muestra la evolución del emprendimiento como disciplina.

Figura 2. Diversas perspectivas para investigar la disciplina del emprendimiento



Fuente: (González, 2012, p. 5)

Finalmente en términos de González (2012)

Es indispensable conocer a qué se refiere la disciplina de emprendimiento. El emprendimiento busca “explicar cómo las oportunidades de negocio - que derivan en futuros bienes o servicios- son descubiertas, creadas y explotadas; por quiénes y con qué consecuencias” (Venkataraman, 1997, p. 120). De esta forma el estudio del emprendimiento involucra dos aspectos importantes: el emprendedor y las oportunidades (Shane & Venkataraman, 2000). (p. 9)

5.3 EMPRESARIALIDAD

Según Perdomo (2010):

La empresarialidad empieza a ser reconocida en la economía moderna, ya que de ella surgió una nueva forma de ver el equilibrio de mercado, ya no en términos de la teoría de precios, cuyo énfasis son los precios y las cantidades, sino más bien a partir de considerar el mercado como un conjunto de actividades que desarrollan los participantes –consumidores, productores y propietarios de los factores– o mejor dicho, sus actividades resultan de las decisiones de fabricar, vender y comprar mercancías y recursos. (p. 170)

En este sentido la empresarialidad abarca el todo, al emprendedor y su entorno, no obstante en algunos casos se utiliza el término emprendimiento como sinónimo de empresarialidad y los intercambian. En este caso se puede citar a Kantis, Ishida, & Komori (2002) quienes han elaborado el documento titulado “Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia”, y allí definen la empresarialidad del siguiente modo:

La empresarialidad (entrepreneurship) es un concepto amplio que incluye también a los procesos emprendedores al interior de empresas ya existentes (corporate entrepreneurship). En adelante, sin embargo, se usará el término “empresarialidad” en un sentido restringido para aludir al proceso de nacimiento de empresas y de empresarios. (p. 1)

Las dos definiciones han mostrado como al hablar de empresarialidad se debe tener en cuenta una visión global, que es abarcada por el mismo concepto, y desde allí hacer diversas reflexiones. Es decir que la empresarialidad también involucra las dinámicas propias del contexto socioeconómico de los emprendedores y el emprendimiento.

Por otro lado Perdomo (2010) asegura que la empresarialidad surgió como “una nueva forma de ver el equilibrio del mercado” (p. 170), este siempre se había tomado desde la teoría de los precios y las cantidades pero con el surgimiento de la empresarialidad el equilibrio del mercado se establece considerando a todos sus participantes (consumidores, productores y propietarios de los factores). Para comprender más a fondo la empresarialidad cabe citarse a Kirzner (1998) citado por Perdomo (2010) quien estableció cinco aspectos indispensables sobre la empresa y el empresario.

En primera instancia se habla de comprender el mercado desde el equilibrio del mismo, para ello se plantea la interacción y contraste entre los precios y el proceso de mercado, es decir, la competencia y la empresarialidad. Generalmente los empresarios y el análisis se realizaban desde una competencia basada en los precios y existía un equilibrio a mantener. Desde la empresarialidad ese equilibrio es susceptible a ser roto, para lo cual un emprendedor en búsqueda de la innovación y aprovechamiento de las oportunidades, inevitablemente generara variaciones en la posición de equilibrio, es decir, cambios dinámicos.

Otro aspecto es la perspicacia empresarial, al hablar de empresarialidad la perspicacia del emprendedor es vital, de allí es donde se deriva la capacidad de descubrir oportunidades y actuar con creatividad en pos de aprovecharlas. Además esta habilidad hace que pueda afrontar un área desconocida, y en el camino efectuar la búsqueda de las personas con posesión de los conocimientos necesarios para continuar. En palabras de Perdomo (2010) “el empresario innovador es visto como aquel que genera una destrucción creativa en el mercado, de forma tal que modifica el estado de equilibrio del mercado” (p. 172).

Acerca del proceso de competencia y monopolio se entiende que existe un proceso competitivo entre rivales deseosos de alcanzar sus resultados personales. Lo cual difiere de pensar en un momento o situación de competencia y monopolio. En este caso se considera un proceso destructor y creador, donde los verdaderos empresarios y

emprendedores estarán capacitados desde sus habilidades y talentos para evitar ser destruidos en ese proceso continuo de competencia imperfecta.

Acerca de los costes de venta, la calidad y la competencia Perdomo (2010) asegura:

La empresarialidad está dada más por el descubrimiento y creatividad, que no necesariamente requieren recursos para incursionar en el proceso de intercambio de mercancías, sino más bien en la detección de oportunidades a partir del conocimiento y la información que se tenga para prever lo que va a ofrecer a los consumidores, buscando obtener beneficios transitorios en el corto o largo plazo según sea su participación en el mercado –monopolista o no de los recursos—. (p. 174)

En este caso el emprendedor, con las habilidades y capacidades dadas por su perspicacia es el encargado de hacer realidad dinámicas en donde se vea claramente beneficiado desde el conocimiento de las necesidades de los clientes.

Dentro de la empresarialidad se deben considerar el corto y largo plazo, para el establecimiento de los objetivos del empresario, ya que sus resultados y beneficios estarán supeditados por los factores productivos y su control es importante, su análisis le permitirá tomar decisiones basado en los tiempos y los beneficios.

Finalmente está la competencia el bienestar y la coordinación empresarial, allí se muestra como la empresarialidad surge como un elemento valioso para mantener el equilibrio pero desde la competitividad, en este caso los beneficios a los empresarios surgen por las ganancias generadas desde la venta de los bienes de consumo, pero los empresarios mismos deben empezar a persuadir a los clientes para que comprendan la necesidad que tienen de adquirir el bien ofrecido, y que su valor es totalmente acorde al precio establecido.

Ahora bien, luego de observar los elementos esbozados desde las teorías de Kirzner “podemos definir la empresarialidad pura como el despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea” (Aranzadi, 2001, p. 4).

5.4 CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO

La cultura del emprendimiento ha surgido hoy como un movimiento para impulsar la formación de los estudiantes hacia nuevas competencias vitales para el desarrollo socioeconómico del país. Realmente se ha considerado al estudiante como una persona en capacidad de ser desarrollada en todas sus dimensiones, con el objeto de ampliar sus opciones y oportunidades, con la visión de impactar positivamente su progreso y bienestar (MEN, 2012, p. 9)

En Colombia se han iniciado en las instituciones educativas la introducción de la cultura empresarial allí se ha propuesto el gobierno nacional por medio del MEN su implementación, para lo cual se ha emitido la ley 1014 de 2006, allí se considera por primera vez dentro del sistema educativo el fomento del emprendimiento como obligatorio en los diferentes niveles educativos preescolar, básica y media; lo cual “debe ser planeado y organizado coherentemente dando horizonte a la formación de personas con proyectos sostenibles y resaltar e implementar las competencias necesarias para enfrentar retos del mundo educativo, productivo, familiar y básico” (p. 7).

Ahora bien, esto es un impulso hacia la creación de una cultura de emprendimiento para la sociedad colombiana desde su formación inicial. Al tomar la definición de cultura citada por el MEN (2012) como el:

Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización. (p. 1)

El establecimiento de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas es ahora un papel desempeñado por el sistema educativo desde la promulgación de la ley 1014. Aunque esta labor de construir patrones de comportamientos colectivos, en donde la identidad sea la empresarialidad, el emprendimiento y sus actores sea emprendedores, es una tarea de gran envergadura.

Esto es debido, entre otras causas por la aparición reciente de la disciplina del emprendimiento en la educación y desde la construcción investigativa. No obstante, el MEN ha presentado algunas habilidades y competencias consideradas importantes para alcanzar los fines de establecer la cultura de emprendimiento desde la formación de estudiantes. El MEN (2006) expone las competencias empresariales y para el emprendimiento en los siguientes términos:

Son las habilidades necesarias para que los jóvenes puedan crear, liderar y sostener unidades de negocio por cuenta propia. Por ejemplo, la identificación de oportunidades para crear empresas o unidades de negocio, elaboración de planes para crear empresas o unidades de negocio, consecución de recursos, capacidad para asumir el riesgo y mercadeo y ventas. (p. 10)

Al observar lo anterior se puede evidenciar condiciones, elementos y factores inherentes a la empresarialidad y el emprendimiento como disciplina, es decir, que los esfuerzos del MEN se han encaminado en la misma dirección establecida desde diversos planteamientos acerca del emprendimiento. Dentro del mismo documento del MEN (2006) se listan los responsables para hacer realidad la cultura del emprendimiento en los estudiantes y destacan: Secretarías de educación, rectores, docentes y coordinadores, sector productivo, padres de familia y los estudiantes.

En este punto se toman ahora los docentes en donde se expone que estos deben realizar: Revisión curricular, diseño de estrategias metodológicas, diseño de estrategias

de evaluación y coordinación de prácticas y observaciones pedagógicas con el sector productivo (p. 26).

En este sentido se puede citar a Jaramillo (2008) quien asegura:

Los docentes deben tener ciertas competencias y desarrollar estrategias para que puedan ser verdaderos modelos para imitar, y de ésta manera ser réplica de emprendedores, facilitando las habilidades a una persona para actuar adecuadamente en distintos escenarios de su vida. (p. 5)

En otras palabras, el trabajo para la incorporación de la cultura del emprendimiento en las instituciones educativas, más que la emisión de una ley o norma a seguir, es la construcción continua en el quehacer docente, pensando en el beneficio de los educandos. Entonces, pensar en la generación de mallas curriculares, y elementos para la implementación de metodologías acorde a las nuevas necesidades educativas, resulta ser en últimas pertinente para dar valor a intervenciones en la educación y el trabajo áulico.

Lo anterior solo cobraría sentido en la medida en que los docentes logren “orientar a los estudiantes para que se automotiven y tomen conciencia de su plan de vida y autorrealización” (Jaramillo, 2008, p. 4). Ya que la formación para desarrollar habilidades de emprendimiento son solo útiles si se plantan en terreno fértil, es decir en estudiantes que estén deseosos de alcanzar su máximo potencial y autorealización para lo cual consideren el emprendimiento como el vehículo pertinente para su plan de vida.

Hacer un enfoque hacia la educación incorporando la cultura del emprendimiento es una apuesta acertada, y el MEN (2006) resalta la necesidad con la siguiente afirmación: “El país demanda con urgencia personas que tengan la motivación y el entusiasmo necesarios para crear, liderar y sostener empresas propias” (p. 44). Por otro lado insiste en la formación de seres humanos autónomos con habilidades para el manejo de la incertidumbre y el riesgo.

Por su parte el MEN (2012) dentro de la Guía N° 39 “La cultura del emprendimiento en los establecimiento educativos”, expone acerca de la empresarialidad y asegura:

La formación para la empresarialidad en la educación media se complementa con el desarrollo de las actitudes emprendedoras de niños, niñas y jóvenes promovidas desde la educación preescolar y durante la educación básica. Se fomenta desde la adquisición de competencias básicas, ciudadanas y laborales específicas contextualizadas de acuerdo con el carácter de la educación media que oriente la institución, la existencia de procesos de articulación con educación superior o para el trabajo y el tipo de emprendimiento que aborden los estudiantes, en ejecución de sus proyectos o experiencias empresariales. (p. 16)

Como se observa la cultura de emprendimiento para las instituciones educativas, se ha pensado en un proceso continuo desde la educación. Pensada en fortalecer actitudes relevantes como: Generación de ideas de negocio y conocimiento disciplinar, Observación, descubrimiento y perspectiva, Creatividad e innovación, Interpretación y proyección, Competencia gerencial, y Sentido propositivo generador de valor (p. 17). En este punto el MEN ha pretendido que los estudiantes adquieran actitudes, habilidades y competencias necesarias para finalmente dirigirlos al establecimiento de sus propias unidades productivas o de negocio.

De otro lado la Ley 1014 de 2006 formuló algunos objetivos, de la formación en emprendimiento dentro de los establecimientos educativos:

- Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos.
- Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia.

- Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo.
- Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad. (p. 6)

La educación para el emprendimiento es una forma de construir el país con estudiantes formados desde la calidad, ante este fenómeno García (2013) aseguró: “La educación cobra mayor relevancia para la formación de un individuo integral, es decir, que contemple llevarlo y orientarlo en función de unos conocimientos, habilidades y actitudes, de un saber ser y saber hacer y su proyección” (p. 23). Es decir, dotar a cada estudiante de herramientas esenciales para la construcción de su propio proyecto de vida, esta orientación deja ver el emprendimiento como un modelo y mecanismo ideal para generar individuos competentes ante las adversidades, con capacidades claras para asumir riesgos. Es decir que el sistema educativo brinda al estudiante “las herramientas necesarias para gestionar acciones emprendedoras en su entorno más cercano con miras al beneficio individual y colectivo” (García, 2013, p. 35).

6. METODOLOGÍA

6.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO

El proceso investigativo obedece al direccionamiento del enfoque cualitativo, donde se parte de un problema identificado y se reflexiona entorno a ésta, con relación a los objetivos propuestos. Por consiguiente, el enfoque cualitativo permite dar riqueza interpretativa a las diversas realidades subjetivas, que a través de la investigación se da profundidad a los datos, se construye y se interpreta (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Desde esta perspectiva en el caso de esta investigación, es la forma de acercarse a la elaboración de las mallas curriculares de las asignaturas de plan de negocio I y II del área empresarial, a partir la revisión de elementos curriculares en el P.E.I y el plan de área empresarial así como la indagación en los estudiantes del grado décimo, en aspectos como saberes previos y expectativas en torno a la empresarialidad.

6.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo analítica descriptiva, comprendiendo este tipo de investigación, dentro del enfoque cualitativo donde según Arias (2006) “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere” (p. 24).

En este sentido para este estudio es necesario llevar a cabo un desarrollo metódico que permita la adecuada consecución de los objetivos propuestos, considerando que es el primer acercamiento a la empresarialidad, como tema de investigación.

6.3 CATEGORIAS DE ANALISIS

Para este estudio de investigación se han abordado las categorías de análisis, que son sustentadas con postulados sólidos dado que hacen parte del referente a partir del cual se establecerán las conclusiones. Las categorías son emprendimiento y empresarialidad.

Entendidas estas, según la Ley 1014 del 2006, como:

Emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (p. 1)

Y empresarialidad es el: “despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.” (p. 1).

6.4 POBLACIÓN Y MUESTRA OBJETO DE ESTUDIO

Tal como lo indica Bisquerra (1989) el término población consiste en “el conjunto de todos los individuos en los que se desea estudiar un fenómeno” (p. 81), por otra parte, Arias (2006) define la población “como el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”(p. 81).

Desde esta perspectiva los sujetos que conforman la población; son los estudiantes de la educación básica secundaria, jornada mañana de la sede principal de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué.

En cuanto a la muestra tal como lo define Altuve (1980) "Como una parte de la población a estudiar y mediante ella se busca conocer de manera aproximada las características propias de una determinada población" (p. 125) y Hurtado (1998) la define como "una porción de la población que se toma realizar el estudio, la cual se considera representativa de la población" (p. 144).

Para efectos de este estudio la muestra son: 32 estudiantes de grado décimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá, jornada mañana, así mismo hace parte de la muestra documental, el Proyecto Educativo Institucional y dentro de éste, los elementos curriculares de la asignaturas "Plan de Negocios I y II" del área empresarial de la Institución Educativa.

6.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para dar cumplimiento con los objetivos planteados, se emplean técnicas y se diseñan instrumentos de investigación que aporten los datos necesarios para el correspondiente análisis.

A continuación, en la Tabla 2 se describe las técnicas e instrumentos con relación a los objetivos de la investigación

Tabla 2. Técnicas e instrumentos con relación a los objetivos de la investigación

Objetivos específicos	Técnica	Instrumento
Identificar los elementos curriculares de las asignaturas "Plan de negocio I y II" dentro del área empresarial en la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué	Análisis de contenido	Guía de revisión documental

Objetivos específicos	Técnica	Instrumento
Caracterizar el estado actual del desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de grado décimo de la formación técnica de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué	Análisis de Contenido	Cuestionario

Fuente: La autora (2017)

6.6 CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS TÉCNICAS A EMPLEAR

6.6.1 Análisis de contenido. Berelson (1952) “Es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación”. (Citado en López, 2002, p. 173)

Así mismo con relación al análisis de contenido, señala Bardin (1986):

El análisis de contenido es un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a lo que él denomina como «discursos» (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. El factor común de estas técnicas múltiples y multiplicadas -desde el cálculo de frecuencias suministradoras de datos cifrados hasta la extracción de estructuras que se traducen en modelos- es una hermenéutica controlada, basada en la deducción: «la inferencia». (Citado en López, 2002, p. 173).

En consonancia con lo anteriormente expuesto para realizar este trabajo de investigación es necesario emplear la técnica de análisis de contenido, el cual permite analizar la realidad en que está inmersa la comunidad y los criterios establecidos en el plantel educativo con respecto al tema de empresarialidad para el cumplimiento de los objetivos propuestos, de ahí que se convierta en una herramienta de gran utilidad para la

elaboración de la malla curricular de la asignatura de plan de negocio del área empresarial de la Institución Educativa Boyacá.

6.7 CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

6.7.1 Revisión documental. Tal como lo indica Aristizabal (2008): “Es una técnica que permite rastrear, ubicar, inventariar, seleccionar y consultar las fuentes y documentos que se utilizan como materia prima en una investigación. Las fuentes se clasifican en primarias y secundarias y funcionan como verificadores que soportan la información” (pp. 91-92).

Corroborando lo anterior, es con la guía de revisión documental que se analiza el P.E.I de la Institución Educativa Boyacá, específicamente lo relacionado al área empresarial con el fin de determinar sus elementos curriculares.

6.7.2 Cuestionario: Según Arias (2006)

Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador. (p. 74)

En tal sentido para recopilar la información se aplicó un cuestionario a los estudiantes de grado décimo previamente diseñado, el cual consta de siete preguntas (Ver Anexo A), dos de ellas abiertas, el resto de preguntas con opción de responder si o no y su respectiva explicación, con el objetivo de identificar el estado actual del desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes.

7. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Esta sección tiene como propósito dar a conocer los resultados a partir del proceso de tratamiento e interpretación de los datos obtenidos. El análisis e interpretación de los resultados se realiza teniendo en cuenta los objetivos específicos inicialmente planteados en la investigación, en primera instancia se dan a conocer los resultados en relación a los elementos curriculares de las asignaturas “plan de negocio I y II” dentro del área empresarial, mediante la revisión documental del P.E.I y el plan de área empresarial.

Luego se describen y analizan las respuestas que se obtienen de la aplicación de un cuestionario a los estudiantes del grado décimo en relación a los saberes previos y expectativas respecto a la empresarialidad, para concluir se proponen las mallas curriculares de las asignaturas de plan de negocio I y II, cuya finalidad es el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de los grados décimo y undécimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá.

7.1 ELEMENTOS CURRICULARES DE LAS ASIGNATURAS “PLAN DE NEGOCIO I y II” DENTRO DEL ÁREA EMPRESARIAL EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ

Para el desarrollo de la presente investigación se hace necesario establecer con precisión los aspectos curriculares que actualmente se determinan en la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué, es importante precisar en primer instancia que el plantel educativo desde hace ocho años se encuentra articulado con el SENA en el programa de formación técnica en “Ventas de Productos y Servicios” siendo beneficiados los estudiantes pertenecientes a la educación media técnica e igualmente la Institución Educativa está facultada por la Secretaria de Educación Municipal de Ibagué para expedir el título a los estudiantes que culminen el proceso en grado undécimo de “Bachiller Técnico en Ventas de Productos y Servicios”. En segundo lugar

con respecto al desarrollo de la empresarialidad, en los estudiantes de los grados décimo y undécimo a través de las asignaturas de Plan de negocio I y II, se realizó la revisión documental de los componentes del P.E.I, donde se encuentran los siguientes resultados: (ver anexo B).

7.1.1 Elementos de la Empresarialidad encontrados en el P.E.I.. En la tabla 3 se exponen criterios en cuanto al horizonte institucional de la Institución Educativa Técnica Boyacá, es de resaltar que se enmarca como un establecimiento donde se fortalece y promueve el proyecto de vida de los educandos, a partir de la construcción de un pensamiento empresarial, visualizándose a través del tiempo como un semillero pionero que aporta a una sociedad jóvenes líderes con conocimientos científicos y empresariales.

Tabla 3. Elementos de la Misión y Visión del PEI relacionados con la empresarialidad.

MISIÓN	Se propone generar y promover una cultura científica y emprendedora entre los actores de la comunidad educativa, mediante la construcción de un pensamiento científico, humanista y empresarial, que estimule la gestión de proyectos de estudio y apropiación de recursos naturales y tecnológicos, de desarrollo social y económico; a partir de un proceso de educación integral realizado a través de las áreas de formación de niveles de Preescolar, Básica, Media Académica, Media Técnica y Adultos.
VISIÓN	Los saberes y competencias científicas y empresariales serán incorporados al proyecto de vida de cada integrante de la comunidad educativa; transformando a la Institución Educativa Técnica Boyacá, en líder local de la formación de ciudadanos con una cultura de gestión autónoma, que contemple aspectos, económicos, axiológicos, ambientales, científicos, tecnológicos,

	y culturales, expresado en proyectos e iniciativas que vinculen de manera efectiva a los estamentos de la Institución.
--	--

Fuente: (Institución Educativa Boyacá, 2013)

Según lo contemplado en la tabla 4 la Institución Educativa Técnica Boyacá, quiere formar para una sociedad, personas que se desenvuelvan tanto en lo individual como en lo social, con una ética y unas competencias empresariales en un mundo laboral, capaz de mejorar cada vez sus condiciones de vida, generando una sociedad dispuesta al cambio tecnológico, innovadoras y creativas con el compromiso transformador del mundo que lo rodea.

Tabla 4. Elementos relacionados con la formación de los educandos contemplados en el P.E.I relacionados con la empresarialidad.

VALORES INSTITUCIONALES	Componente pedagógico: Ofrecer al educando un desarrollo armónico de su ser con plena conciencia, para crear y aplicar el conocimiento en el mejoramiento familiar y social. Capacitándolo para su desempeño en el ámbito técnico empresarial y educacional como una respuesta a las necesidades propias de su entorno.
PERFIL DEL ESTUDIANTE	Capaz de investigar, crear e innovar.
OBJETIVOS INSTITUCIONALES	Generar una cultura con proyección empresarial, emprendedora, participativa, ética, autónoma, solidaria, reflexiva y crítica de su entorno.
POLÍTICA DE CALIDAD	En la Institución Educativa Técnica Boyacá, se buscará la formación de ciudadanos con un alto componente humanista y solidario, con saberes científicos, sociales, políticos y

	culturales avanzados; con las competencias empresariales necesarias para desempeñarse con éxito en el mundo actual.
--	---

Fuente: (Institución Educativa Boyacá, 2013)

Cabe resaltar que el fomento y desarrollo de la empresarialidad en los educandos, se encuentra inmerso dentro de los componentes que demarcan el horizonte Institucional estipulado en el P.E.I. como la: misión, visión, valores y objetivos institucionales, perfil del estudiante, política de calidad, entre otros, de la Institución Educativa Técnica Boyacá, como eje dinamizador de los procesos educativos que allí se orientan, permitiéndole así que se enmarque dentro de los estamentos educativos a nivel local como pionera en la formación empresarial.

Por lo tanto, es fundamental precisar la coherencia e importancia que tiene el área empresarial en la Institución educativa, en especial las asignaturas de “Plan de negocio I y II” en la educación media técnica, pues es desde esta formación académica donde se fortalece e incentiva en los estudiantes la empresarialidad, cuyo objetivo primordial es ser un referente de transformación al proyecto de vida de la comunidad educativa.

7.1.2 Elementos del Plan de Área Empresarial encontrados en el P.E.I: Analizando los objetivos que se establecen sobre el área empresarial relacionados con la empresarialidad en la Institución Educativa Técnica Boyacá, se enfatiza como se puede observar en la tabla 5, que el propósito u objetivos de esta área, es generar en los estudiantes de la educación media técnica, conocimientos de empresarialidad para visualizar oportunidades e ideas permitiéndole desarrollar y gestionar proyectos e iniciativas de negocio, preparándolos para un mundo empresarial cada vez más competitivo e innovador.

Tabla 5. Objetivos que se establecen sobre el área empresarial en el P.E.I relacionados con la empresarialidad

<p>PLANES DE ESTUDIO</p> <p>OBJETIVOS GENERALES</p>	<p>Nivel de educación media técnica:</p> <p>Fortalecer la mentalidad emprendedora con el fin de incentivar la creatividad, el emprendimiento, las competencias de comunicación y el conocimiento de la actividad empresarial local.</p> <p>Ofrecer conocimientos contables, estadísticos, proyectándolos en la mecanización de la vida diaria, preparándolos para el mundo de los negocios y las futuras gestiones empresariales haciéndolo competitivo.</p> <p>El alumno mediante el conocimiento de procesos técnicos empresariales estará en capacidad de controlar los inventarios, presentar informes económicos, financieros y liderazgo en la creación de empresas cuando comience el grado décimo.</p> <p>Con base en los conocimientos y prácticas y el término de sus estudios, el alumno estará en capacidad de crear un Plan de Negocios que cumpla sus proyecciones personales, en la creación de empresas o microempresas para poder competir en el medio social productivo que lo rodea.</p>
---	---

Fuente: P.E.I Institución Educativa Técnica Boyacá de Ibagué

7.1.3 Estructura curricular del área Empresarial: El plan de área empresarial de la Institución Educativa Técnica Boyacá, se expresa a través de asignaturas, divididas para la educación básica secundaria para los grados sexto a noveno, (ver tabla 5), y asignaturas para la educación media técnica que comprende los grados décimo y undécimo.

Cabe señalar que en la educación media técnica la Alcaldía de Ibagué firmó contrato de articulación de las Instituciones educativas técnicas de la ciudad con el SENA, en los programas que ofrece dicha entidad, este proceso se inicia con los estudiantes de grado

décimo y culmina en el grado undécimo para obtener el título de Técnicos, estableciendo entre otros requisitos, que las competencias a desarrollar de la formación técnica articulada, sean incluidas dentro del currículo de la institución y además cumplir con los contenidos curriculares de la formación a orientar.

Es por lo anterior que la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué, desde hace ocho años hasta la actualidad se encuentra articulada con el programa de formación denominada Técnica en “Ventas de productos y servicios”, cumpliendo con el direccionamiento dado por el SENA, en cuanto a la inclusión de las competencias para el programa en mención, y cuyo objetivo es la formación en mercadeo, es así que en el plan de área empresarial se encuentran direccionadas las competencias como asignaturas, (ver tabla 6), donde se estipula la intensidad horaria semanal de cada asignatura para la educación media técnica, haciendo claridad que la asignatura plan de negocios I para el grado decimo y plan de negocio II para el grado undécimo, no hace parte de la formación del SENA al igual que gestión empresarial del grado undécimo, pues las asignaturas “Plan de Negocio I y II” en el área empresarial fue creada por la Institución Educativa para el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de la formación técnica como parte complementaria en la educación que ofrece el SENA.

Tabla 6. Asignaturas e intensidad horaria semanal del área Empresarial Institución Educativa Técnica Boyacá, para la básica secundaria

EDUCACIÓN BÁSICA SECUNDARIA		
ASIGNATURA	GRADO	INTENSIDAD HORARIA SEMANAL
EMPRENDIMIENTO	6	1
	7	1
	8	1
	9	1
CONTABILIDAD	6	2
	7	2

	8	2
	9	2

Fuente: Plan de área empresarial Institución Educativa Técnica Boyacá de Ibagué

Tabla 7. Asignaturas e intensidad horaria semanal del área Empresarial Institución Educativa Técnica Boyacá, para la educación media técnica.

EDUCACIÓN MEDIA TÉCNICA		
GRADO DECIMO		
ASIGNATURA		INTENSIDAD HORARIA
COMPETENCIAS SENA	Proyección De Actividades De Mercadeo	3
	Planeación De Actividades De Mercadeo	3
	Identificación Del Comportamiento Del Mercado	2
Plan De Negocio I		2

GRADO UNDÉCIMO		
ASIGNATURA		INTENSIDAD HORARIA
COMPETENCIAS SENA	Exhibición de productos y servicios	3
	Negociación de productos y servicios	3
Gestión empresarial		2
Pan de negocio II		2


Fuente: Plan de estudios área Empresarial Institución Educativa Técnica Boyacá

7.1.4 Malla curricular área empresarial. Todas las áreas que conforman el plan de estudios contemplados en el P.E.I. de la Institución Educativa Técnica Boyacá, tienen establecido las mallas curriculares para cada una de las asignaturas del área, tanto de la educación básica secundaria como la media técnica. De esta manera se especifican para cada una de las asignaturas las acciones a orientar como: las competencias, contenidos, actividades y desempeños a cumplir en cada uno de los periodos académicos del año escolar, de ahí que la institución tiene oficializado un formato, que contiene entre otros aspectos, la competencia y el estándar, el cual debe ser coherente con los lineamientos curriculares dados para cada asignatura de acuerdo al MEN.

De esta manera se hace importante mencionar que para las asignaturas que conforman el área empresarial no existen lineamientos curriculares otorgados por el MEN, pero se debe señalar que las competencias básicas que integran los programas de formación que ofrece el SENA, deben ser alcanzadas a través del desarrollo de guías de aprendizaje, las cuales son elaboradas por instructores idóneos en cada formación que oferta dicha entidad.

En este sentido las mallas curriculares que conforman las asignaturas de la Técnica en ventas de productos y servicios son adaptadas de acuerdo a las competencias básicas que establece el SENA para dicha formación, por otro lado las mallas curriculares para las asignaturas de emprendimiento y contabilidad en la educación básica y plan de negocio y gestión empresarial en la educación media técnica, son elaboradas teniendo en cuenta el contexto y estudios de diagnóstico realizados a la comunidad educativa, de igual modo, estas mallas curriculares son proyectadas para los cuatro periodos académicos y adaptadas al formato de la institución, como se puede observar en la figura 3, que contempla aspectos relevantes para orientar los procesos de enseñanza y aprendizaje, en este caso la asignatura de emprendimiento para el grado sexto de educación básica secundaria.

Figura 3. Malla curricular de la asignatura de emprendimiento del área empresarial de la Institución Educativa Técnica Boyacá

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> INSTITUCION EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ MALLA CURRICULAR AREA EMPRESARIAL 2017 </div> </div> <div style="margin-top: 10px;"> ASIGNATURA: EMPRENDIMIENTO GRADO: 8 PERIODO ACADEMICO: PRIMERO ESTANDAR: Asumo una posición de apertura hacia el Emprendimiento, como un medio para el desarrollo humano y económico. Desarrollo en el estudiante la habilidad y la capacidad para definir objetivos, establecer estrategias y diseñar sistemas de planeación y seguimiento. COMPETENCIA 8: Permite generar una idea de conjunto acerca del Emprendimiento. Identifica las necesidades humanas que se pueden dar en un momento determinado en su entorno. Desarrollar en el estudiante el orden, la disciplina y la organización, para planear y gestionar proyectos con éxito. </div>				
CONTENIDOS	ACTIVIDADES	DESEMPEÑOS		
		SABER COGNITIVA	SABER HACER PROCEDIMENTAL	SER ACTITUDINAL
Definición del Emprendimiento	Explicación del docente	Comprendo que es el Emprendimiento	Explico la diferencia entre emprendimiento y emprendedor.	Participa, elabora y cumple con las actividades propuestas en clase.
Las necesidades humanas	Solución de guías de trabajo	Identifico qué es una necesidad.	Clasifico las necesidades humanas.	
La planeación	Trabajo autónomo	Reconozco como los seres humanos satisfacen las necesidades.	Aplico los pasos de un plan o proyecto a una actividad de la vida.	Respeto, responsabilidad y buena disposición para el trabajo
Planes	Trabajo colaborativo	Identifico los pasos y componentes de la planeación.	Valoro la importancia de la planeación.	
Proyectos	Lecturas dirigidas		Aplico los pasos de un plan o proyecto a una actividad real de la vida.	
			Valoro la importancia de la planeación y la necesidad de la organización en torno a una actividad a realizarse en el futuro.	

Fuente: Malla curricular asignatura emprendimiento área empresarial (2017).

Teniendo en cuenta el primer objetivo: caracterizar los elementos curriculares de la asignaturas “Plan de negocio I y II” dentro del área empresarial en la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué y realizando el proceso de indagación, se encuentra que en el área empresarial, las asignaturas plan de negocio I y II, en la actualidad no tiene establecido un referente a seguir, una estructura curricular, por lo cual se hace necesaria la elaboración de las mallas curriculares de las asignaturas de “Plan de Negocio I y II” para los grados décimo y undécimo de la formación técnica empresarial, el cual va a permitir unificar acciones pedagógicas con los docentes que orientan en el área, logrando de este modo cumplir con la finalidad de las asignaturas que es el desarrollo de la empresarialidad en los educandos y dar cumplimiento con lo estipulado en la misión, visión, valores y objetivos institucionales, los cuales hacen parte de los componentes analizados del P.E.I. de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué.

Por lo anterior y analizando los elementos que contempla el formato establecido para la malla curricular de la Institución Educativa, se hace necesario indagar en los estudiantes los saberes previos y las expectativas en torno a la empresarialidad, los cuales se estipulan a continuación.

7.2 CARACTERIZACIÓN DEL ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESARIALIDAD EN LOS ESTUDIANTES DEL GRADO DECIMO DE LA FORMACIÓN TÉCNICA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ DE IBAGUÉ

Es importante realizar un diagnóstico a los estudiantes del grado décimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué, para establecer parámetros como: saberes previos y las expectativas que los estudiantes tienen frente a la empresarialidad.

Es así que este apartado tiene como propósito presentar los resultados obtenidos, al aplicar un cuestionario en relación al segundo objetivo específico, el cual está orientado a caracterizar el estado actual del desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes del grado décimo de la formación técnica.

El cuestionario consta de siete preguntas, dos de ellas abiertas, el resto de preguntas con opción de responder si o no y su respectiva explicación, el análisis de las respuestas dadas por los estudiantes, se enuncian a continuación:

7.2.1 Saberes previos de empresarialidad. Inicialmente se indaga en los estudiantes del grado décimo sobre los saberes previos y en segunda instancia, las expectativas que tienen con relación a la empresarialidad.

Encontrado que para estos, la empresarialidad se relaciona con el tener un buen futuro en cuanto a lo económico, se convierte en su proyecto de vida, tienen claro que para lograr la constitución de su proyecto deben tener creatividad sobre el entorno, habilidades, actitudes, aptitudes, negocio, empresa. Según lo contemplado en la Ley 1014 del 2006 empresarialidad

es: "Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales" (p. 1).

Es de resaltar que las respuestas obtenidas con respecto al concepto de empresarialidad tienen relación con lo estipulado en la Ley, demostrando fundamentos sólidos de emprendimiento y a la vez denotando un alto grado de interés de los estudiantes hacia la empresarialidad, como fortalecimiento al proyecto de vida, convirtiéndose esto en una fortaleza que se debe aprovechar en la construcción de las mallas curriculares de las asignaturas de Plan de negocio I y II, es decir se evidencia la necesidad que los estudiantes sienten de incluir en su proyecto de vida la constitución de negocio o empresa para obtener un mejor calidad de vida. Cabe señalar que el ámbito escolar de una comunidad vulnerable como la de esta institución es a menudo el único escenario en que es posible crear un espacio de enseñanza y aprendizaje en el que la reflexión sobre su proyecto de vida genere expectativa, por ende es un ambiente propicio para fortalecer la técnica en la institución.

Con relación a la pregunta, sobre qué es un proyecto productivo, los estudiantes responden: empresa, generador de ganancias y rentabilidad, ideas, serie de actividades para el futuro, es importante establecer que los estudiantes relacionan el proyecto productivo con el futuro, lo que indica que las ideas que se inicien en este grado décimo como proyectos productivos, deben ser enfocadas en desarrollar las habilidades y actitudes que cada uno de los educandos posea, permitiendo con el desarrollo de esta asignatura formar personas competentes que desde el aula enriquezcan su proyecto de vida.

Además se debe establecer que las respuestas que dan los estudiantes con relación a qué es un proyecto productivo coinciden con el concepto tal como lo indica García (2008):

El conjunto de actividades empresariales planeadas, encaminadas a desarrollar una actividad económica que genere beneficios económicos, de tal forma que justifique el uso de recursos financieros y estos sean recuperables con una utilidad respectiva en un lapso de tiempo específico,

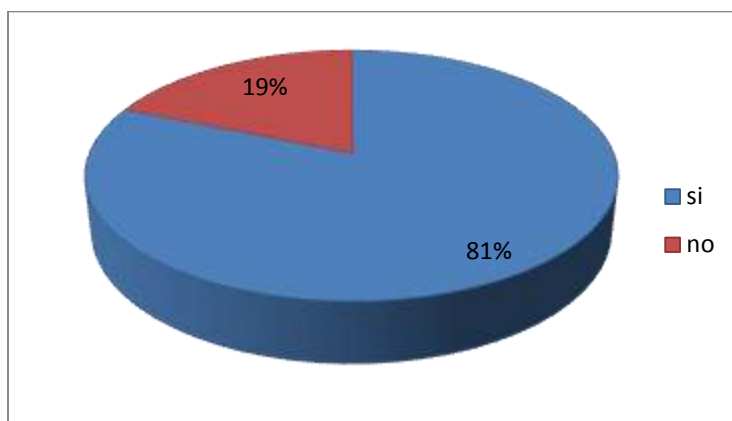
cuyo beneficio social se conforma por la generación de empleos productivos y su correspondiente derrama económica, el arraigo de la población en su comunidad de origen y el rescate de las actividades productivas locales. (Citado en Ramírez, Pérez & Hernandez, 2011, p. 15)

Con relación a los saberes previos de los conceptos de empresariedad y proyectos productivos, es de resaltar 75% de los estudiantes que conforman el grado décimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá, han recibido la formación en emprendimiento desde el grado sexto hasta noveno, hecho que hace que los conceptos básicos en su gran mayoría, sobre el tema no sean desconocidos para ellos, facilitando así el proceso enseñanza y aprendizaje en el desarrollo de la empresariedad.

7.2.2 Expectativas de los estudiantes de grado decimo frente a la empresariedad. A continuación se tiene como propósito establecer con precisión en los estudiantes del grado décimo, diferentes aspectos sobre la empresariedad como; el grado de expectativa, características a fines a la misma, conductas emprendedoras, habilidades, falencias, debilidades, oportunidades que se deben aprovechar, preferencias sobre algunos temas, entre otros. Se debe mencionar que todos estos aspectos se tomaran en cuenta a la hora de elaborar la malla curricular de la asignatura de plan de negocio.

Al preguntar a los estudiantes sobre si ha pensado alguna vez en generar iniciativas de negocio, se encuentra tal como se puede ver en el figura 4, que el 81% de los estudiantes que contestaron el cuestionario, han pensado alguna vez en generar iniciativas de negocio refiriéndose a: Tener su propio negocio, afianzar el futuro, gozar de ingresos económicos, mientras en un porcentaje bajo, el 19% no lo ha pensado, pues dicen que no les gusta los negocios o justifican no tener una idea clara de iniciativa de negocio.

Figura 4. ¿Ha pensado alguna vez en generar iniciativas de negocio?



Fuente: La autora (2017)

Es importante aclarar que muchos jóvenes del grado décimo de la Institución Educativa, hacen parte del comercio informal de Ibagué, de diferentes maneras; algunos ofreciendo productos en el centro de la ciudad y otros acompañando a sus padres o acudientes en las ventas ambulantes de la plaza de 21. Lo anterior expuesto facilita en los jóvenes el desarrollo de la empresarialidad, tal como lo indica Stevenson (2000) “el entorno es importante, y es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras, si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución” (Citado en Duarte & Ruíz, 2009, p. 328).

También cabe mencionar que otros jóvenes pertenecientes a la Institución Educativa, nacieron en el seno de microempresas familiares, este hecho resalta la importancia de recibir educación empresarial, lo cual va a facilitar la adquisición de conductas emprendedoras en los estudiantes, como lo establece Tissot (2001) “relaciona conducta emprendedora con los componentes genéticos, familiares y culturales de los individuos” (Citado en Borjas, 2003, p. 135)

Es innegable que el contexto en el que los estudiantes se hallan inmersos influye en sus conductas y su visión de mundo, de ahí que la mayoría de jóvenes que viven en el comercio y el emprendimiento sientan gusto por estas actividades y lo vean como un proyecto de vida. Siendo la tradición familiar un factor en el que se suscita ambientes de ideas y negocios.

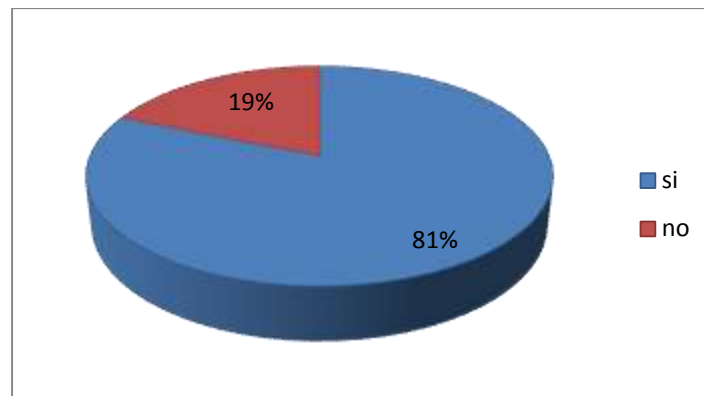
Por otro lado el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes va a permitir aportar conocimientos valiosos en el direccionamiento y reorientación de las empresas familiares que están en marcha, permitiendo así que alcancen resultados favorables y perduren en el tiempo, como lo indican Chua, Chrisman & Sharma (1999):

Al establecer una definición teórica de la empresa familiar incluyeron dos características críticas que parecieran ser vitales a la hora de establecer la continuidad del negocio familiar. La primera es que el futuro deseado debe ser desarrollado por la familia (todos los miembros); y la segunda es que debe haber un potencial para que ese futuro deseado sea perseguido a lo largo de las futuras generaciones. (Citado en Andrade, 2002, p. 385)

Tal como lo menciona los objetivos que se establecen sobre el área empresarial en el P.E.I de la Institución educativa con la empresarialidad y con relación a que los educandos desean generar iniciativas de negocio, las mallas curriculares, tiene contemplado contenidos y actividades para que al finalizar el estudiante este en capacidad de crear un Plan de Negocio que cumpla sus proyecciones personales, en la creación de empresas o microempresas para poder competir en el medio social productivo que lo rodea.

Como se puede observar en la figura 5, el 81% de los estudiantes que contestaron, han considerado que las ideas se pueden convertir en proyectos productivos aludiendo que sus ideas son interesantes e innovadoras, en un futuro le pueden generar ganancias, desean crear su propia empresa, porque les mejoraría la calidad de vida, mientras que el 3% de ellos no lo consideran porque mencionan que no saben cómo desarrollar un proyecto productivo

Figura 5. ¿Alguna vez ha considerado que tus ideas se pueden convertir en proyectos productivos?

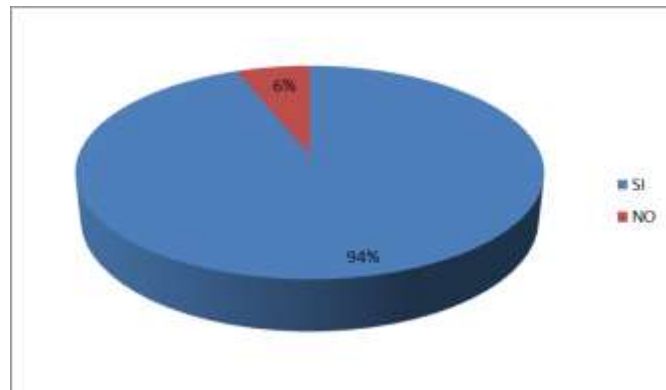


Fuente: La autora (2017)

Es importante partir del gusto de los estudiantes, este resulta ser un detonante para generar interés y motivación por aprender. Se puede evidenciar que los estudiantes en su mayoría han considerado la posibilidad de convertir sus ideas en proyectos productivos, factor que favorece el desarrollo del espíritu de empresarialidad en ellos. Cabe resaltar que el fin primordial por el cual fue creada las asignaturas “Plan de Negocio I y II”, es para incentivar el desarrollo de proyectos productivos en los educandos, es así que las mallas curriculares tiene incluido el paso a paso para la elaboración de un plan de negocio, estableciendo como parámetro inicial la exploración de habilidades, gustos y preferencias, de cada uno de los estudiantes, para que éste se convierta un proceso ameno, donde el educando sea el principal protagonista de su formación, convirtiéndose en un verdadero aprendizaje significativo.

Ahora bien se observa gusto de los estudiantes por diseñar un proyecto que les permita fortalecer su proyecto de vida, manifiestan que al elaborarlo avanzan en la vida, obtienen conocimiento, aprenden nuevas ideas para direccionar su proyecto de vida y en un futuro ser independientes laboralmente, tal y como se puede observar en la figura 6, el 94% manifestó dicho interés y el 6% de los estudiantes contestaron que no poseen creatividad en el momento de desarrollar un proyecto, porque aún no encuentran la motivación para llevar a cabo un proyecto desde esta perspectiva de empresarialidad.

Figura 6. ¿Le gustaría desarrollar su creatividad diseñando un proyecto que le permita fortalecer su proyecto de vida?



Fuente: La autora (2017)

Los resultados arrojados son importantes como diagnóstico a la hora de elaborar las mallas curriculares para las asignaturas de plan de negocio I y II, puesto que podemos partir del gusto que sienten los estudiantes frente a la construcción de un proyecto que requiera de la creatividad y que contribuya a mejorar sus condiciones de vida. Es significativo para los educandos fortalecer la creatividad, desde el aula, y aún más cuando se trata de consolidar elementos para fortalecer su proyecto de vida, cabe mencionar que una de las prioridades contempladas en el P.E.I de la Institución es el contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de los integrantes de la comunidad estudiantil y los objetivos que se establecen en el area empresarial.

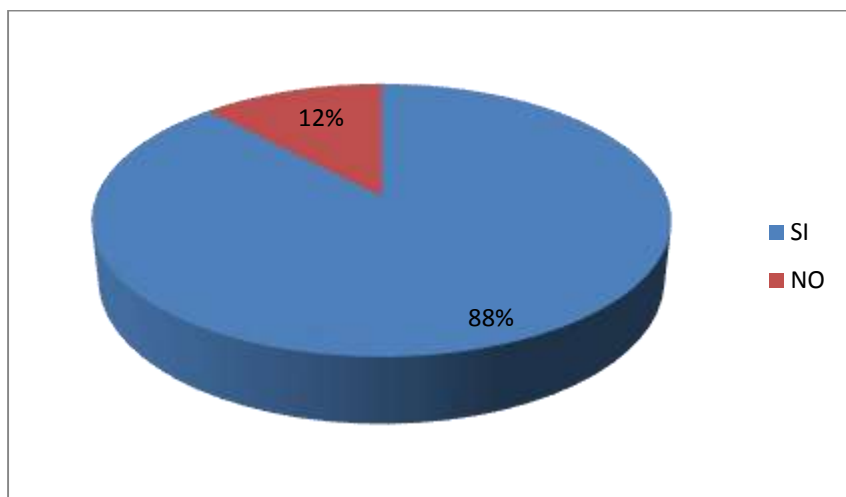
Para los estudiantes que presentan deficiencias con respecto a la creatividad es necesario resaltar que el tema, se propondrá como contenido tematico en el primer periodo académico de la malla curricular de la asignatura de Plan de negocio I, direccionado con actividades pedagógicas encaminadas en desarrollar y fortalecer el pensamiento creativo en los educandos. A proposito, Vigotsky (1981) plantea que: la creatividad es propia de todo ser humano y por ende es posible desarrollarla, se hace visible en actividades como imaginar, transformar o crear algo por pequeño que sea (Citado por Solano, 2009).

En esta dirección las actividades planteadas en la malla curricular, crearan en los jóvenes motivación e interés por generar pensamientos innovadores, con una mente abierta que acepte ideas nuevas, encaminadas a la construcción de proyectos sólidos que fortalezcan la empresariedad en los jóvenes.

De igual modo desde las asignaturas de Plan de Negocio I y II, para el desarrollo de la empresariedad, es importante que los educandos comprendan que en el mundo de los negocios, la creatividad junto con otras habilidades, son un componente esencial al iniciar una actividad comercial, tal como lo indica, Peñaherrera & Cobos (2012) se asocia como un elemento principal que tienen las personas para iniciar un negocio por su cuenta, la creatividad debe ser desarrollada con otras habilidades personales y profesionales para generar nuevas opciones a los problemas y cambios en los elementos que inciden en el mercado.

En cuanto al acercamiento al mundo laboral a través de la elaboración de un proyecto, el 88% de los jóvenes, como lo indica la figura 7, manifiestan; obtener de esta forma experiencia, salir adelante siendo empresarios, cambiar de mentalidad, generar oportunidades laborales, mientras el 12% de los educandos no les interesa el mundo laboral.

Figura 7. ¿Le gustaría a través de la elaboración de un proyecto productivo acercarse al mundo laboral?



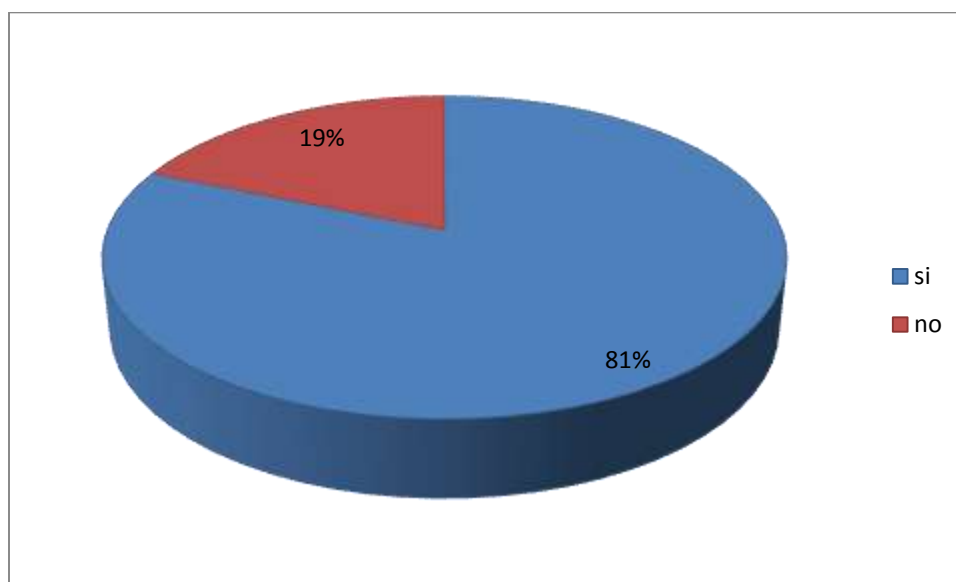
Fuente: La autora (2017)

Es importante mencionar que los jóvenes de grado décimo aun siendo menores de edad, la mayoría se encuentran inmersos dentro del mundo laboral, como comerciantes informales, se puede evidenciar que sus respuestas van dirigidas más a la generación de empleo, visualizándose como gerentes y propietarios de sus empresas, en este sentido se puede constatar que existe una estrecha relación entre lo que piensan los jóvenes y lo estipulado en la política de calidad, plasmada en el P.E.I de la institución educativa, el cual promueve la formación de competencias empresariales en los estudiantes, generando así una comunidad estudiantil con la visión de independencia, orientándolo integralmente para ser un emprendedor y empresario, propietario de su propia actividad comercial.

Por otra parte en el contexto escolar es de gran importancia formar a los niños, niñas y jóvenes en competencias comunicativas, que tengan la capacidad de escuchar al otro, de respetar lo que piensa, pero a su vez persuadirlo. De ahí la importancia de la expresión oral de los estudiantes, la utilización de la palabra como medio de expresión y argumentación para convencer frente a las bondades de su producto o negocio, es por ello que desde las asignaturas “Plan de Negocio I y II” se fortalece esta competencia con

diferentes actividades entre ellas, la muestra empresarial, es de interés establecer, como se evidencia en la figura 8, que el 81% de los estudiantes de grado décimo tiene gran expectativa con respecto a ser expositor en la muestra empresarial; aluden que les gustaría participar como expositor en un evento de esta índole, porque desean conocer las opiniones de otras personas con relación a su proyecto, al socializar podrían demostrar conocimiento y tendrían la posibilidad de aprender más, les agradaría ser expositores de su propia empresa, podrían demostrar la capacidad de creatividad e innovación a otros, mientras el 19% manifiestan que no están interesados en participar porque tienen miedo al dirigiesen a un público y no sabrían cómo hablar de su proyecto.

Figura 8. ¿Le gustaría participar como expositor en una muestra empresarial?



Fuente: La autora (2017)

En este sentido es relevante señalar que la muestra, más que un evento del área empresarial, es un contenido temático que estará inmerso dentro de las mallas curriculares de la asignaturas de “Plan de Negocio I y II, el cual tiene como fin primordial fortalecer en los estudiantes la competencia comunicativa, socializando los proyectos y exhibiendo los productos y servicios que han estructurado desde los planes de negocio para así promocionar la empresarialidad en el resto de la comunidad estudiantil.

Ahora bien, con el propósito de establecer los resultados con relación al segundo objetivo, caracterizar el estado actual del desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes del grado décimo de la formación técnica de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué, se aplicó un cuestionario a los educandos previamente diseñado, donde en primera instancia se evidencian los resultados en cuanto a los saberes previos y luego se contemplan las expectativas que tienen los jóvenes en torno a la empresarialidad.

Por lo que refiere a los resultados arrojados con respecto a los saberes previos se puede establecer, que los educandos poseen fundamentos sólidos en relación a los conceptos básicos de emprendimiento, convirtiéndose en una fortaleza importante como diagnóstico en el proceso a iniciar, facilitando así la aprehensión de nuevos conocimientos. En cuanto a los altos porcentajes que se evidenciaron en las respuestas dirigidas a las expectativas que tienen los jóvenes a la empresarialidad, es de connotar que se refleja en la gran mayoría de los estudiantes, un interés por los contenidos de la asignatura de plan de negocio I, oportunidad que debe ser aprovechada desde el aula, para enriquecer el proyecto de vida de cada uno de los estudiantes inmersos en el proceso enseñanza y aprendizaje.

Para concluir, se han encontrado datos sobresalientes sobre la empresarialidad, tanto en los componentes establecidos en el P.E.I., como en el cuestionario aplicado a los estudiantes del grado décimo de la Institución Educativa, los cuales van a ser referentes significativos para la elaboración de las mallas curriculares de las asignaturas de Plan de negocios I y II, y además cabe precisar que la gran mayoría de los estudiantes, más que recibir conocimientos en plan de negocios, desean recibir educación empresarial para fortalecer el proyecto de vida de ellos y sus familias como empresarios en un futuro, generando oportunidades laborales y siendo parte del cambio en esta sociedad.

7.3 CONSTRUCCION DE LAS MALLAS CURRICULARES DE LAS ASIGNATURAS “PLAN DE NEGOCIO I y II” PARA LOS ESTUDIANTES DE LA FORMACIÓN TÉCNICA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ DE LA CIUDAD DE IBAGUÉ

Analizando cada uno de los componentes del P.E.I de la Institución Educativa Técnica Boyacá y los resultados del cuestionario con relación a los saberes previos y expectativas sobre la empresarialidad en los estudiantes de grado décimo, se procede a elaborar las mallas curriculares del plan de negocio I y II.

A continuación se presentan las mallas curriculares de las asignaturas “Plan de Negocio I y II” del área empresarial, para los estudiantes de los grados décimo y undécimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá.

Las mallas curriculares de las asignaturas Plan de negocio I y II, se elaboró en el formato que la Institución Educativa tiene establecido para todas las áreas del conocimiento, con cada uno de los aspectos que se deben tener en cuenta para su aplicación y para los grados donde se inicia y culmina el proceso de desarrollo de la empresarialidad, así mismo contempla los periodos en el cual se encuentra dividido el año escolar. En conclusión este material contiene elementos que van a orientar las acciones pedagógicas de los docentes que laboran en el área empresarial, permitiendo así unificar elementos importantes para orientar las asignaturas de “Plan de Negocio I y II” y además cumplir con lo estipulado tanto en el P.E.I como en los parámetros establecidos en el área empresarial con respecto al desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de la educación media técnica.



INSTITUCION EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ
MALLA CURRICULAR AREA EMPRESARIA

ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCIOS I
GRADO: 10 - PERIODO ACADEMICO: PRIMERO
ESTANDAR: Comprender acciones orientadas a la empresarialidad
COMPETENCIA: Explora e identifica las habilidades y actitudes dirigidas a la empresarialidad

2017

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	DESEMPEÑOS		
		SABER COGNITIVA	SABER HACER PROCEDIMENTAL	SER ACTITUDINAL
-La creatividad -La innovación -Diferencias entre <ul style="list-style-type: none"> • Emprendedor • Emprendimiento • Empresarialidad • Empresa • Proyectos productivos -Descubre si eres una persona emprendedora. -Convierte tus ideas en oportunidades de negocio. -Evalúa tus ideas de negocio.	Video "Qué es la creatividad". Lectura: la creatividad (ken Robinson) Video: Por qué los colombianos son pobres Video "La Bailarina" Video "Bye , bye mente mediocre" Consultas, exposiciones y trabajos en grupos Orientación en el desarrollo de las guías para los diferentes talleres	Identifica los conceptos de creatividad e innovación. Reconoce los conceptos y diferentes entre emprendedor, emprendimiento, empresarialidad y empresa. Identifica la diferencia que existe entre necesidad y deseo según la "Pirámide de Maslow"	Elabora y socializa productos y/o servicios que le llamen la atención donde se expresa la creatividad e innovación Realiza una lista de ideas que te gustaría convertir en proyectos productivos. Elabora una lista de tus habilidades y socializa a tus compañeros, cuál de ellas te gustaría desarrollar en un proyecto. Establece para cada nivel de la pirámide ejemplos.	Asume actitudes críticas, argumentativas y propositivas en función de la resolución de problemas de carácter productivo y social.



INSTITUCION EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ
MALLA CURRICULAR AREA EMPRESARIAL
2017

ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCIOS I

GRADO: 10 - PERIODO ACADEMICO: CUARTO

ESTANDAR: Reconoce la importante de aprender a hablar en público.

COMPETENCIA: Expone el plan de negocio, exhibe, promueve y promociona sus productos en muestras empresariales.

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	DESEMPEÑOS		
		SABER COGNITIVA	SABER HACER PROCEDIMENTAL	SER ACTITUDINAL
-Analiza tu competencia -Crea tu estrategia de mercado. <ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Promoción (catalogo, tarjetas de presentación) • Plaza Comunicación <ul style="list-style-type: none"> • como hablar en publico Muestra empresarial <ul style="list-style-type: none"> -Stand -Merchandising -Presentación personal -Presentación producto y/o servicio. 	Video "Cómo hablar en público" Asistencia a eventos de los colegios empresariales de Ibagué. Video "4 Ps" Realización de trabajos en grupos Orientación en el desarrollo de las guías para los diferentes talleres Clínica de ventas. Organización de la muestra empresarial	Reconoce las pautas principales para dirigirse a un público. Identifica las estrategias de mercado, utilizadas en su plan de negocio.	Evalúa a la muestra empresarial como un espacio de encuentro e intercambio entre emprendedores y empresarios, donde se da la oportunidad de exhibir, ofrecer y comercializar productos y servicios. Revisa los planes de negocio teniendo en cuenta una lista de chequeo previa.	Permite trabajar en grupo con agrado los diferentes temas desarrollados en clase.



INSTITUCION EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ
MACA CURRICULAR AREA EMPRESARIAL

ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCIOS II

2017

GRADO: 11 - PERIODO ACADEMICO: PRIMERO

ESTANDAR: Clasifica los tipos de empresas y sociedades según el código de comercio.

COMPETENCIA: Reconoce y aplica los fundamentos legales para la creación o constitución de una empresa.

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	DESEMPEÑOS		
		SABER COGNITIVA	SABER HACER PROCEDIMENTAL	SER ACTITUDINAL
- Verificación y reordenamiento del plan de negocio 1ª parte Estrategia organizacional <ul style="list-style-type: none"> • Razón social • Logotipo • Slogan • Misión • Visión -Plan de competitividad D.O.F.A. Descripción de la empresa <ul style="list-style-type: none"> • Domicilio • Clase de empresa • Objeto social • Aportes de capital -Clases de sociedades <ul style="list-style-type: none"> • Estructura orgánica • Organigramas de las empresas • Reglamento interno de la práctica empresarial 	Video "¿Qué es una empresa?" Elaboración de mapas conceptuales Video "Tipos de empresas". Elaboración del plan de negocio primera parte.	Destaca la importancia de los fundamentos de la Empresa como base para el Plan de Negocios. Identifica la estructura orgánica de las diferentes empresas de acuerdo a la sociedad que pertenezca.	Elabora mapas conceptuales sobre la clasificación de las empresas. Consulta y aplica sobre los aspectos legales que contemplan las empresas y sociedades	Interactúa en los contextos productivos y sociales en función de los principios y valores universales.



INSTITUCION EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ
MALLA CURRICULAR AREA EMPRESARIAL
2017

ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCOS II

GRADO: 11

PERIODO ACADEMICO: SEGUNDO

ESTANDAR: Identifica las entidades en las cuales se debe realizar los trámites legales en la constitución de las empresas mercantiles.

COMPETENCIA: Gestiona trámites legales en las respectivas entidades de la ciudad para la constitución de Empresas.

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	DESEMPEÑOS		
		SABER COGNITIVA	SABER HACER PROCEDIMENTAL	SER ACTITUDINAL
-Estrategia de formalización <ul style="list-style-type: none"> Registro mercantil en cámara de comercio. Licencias y permisos de funcionamiento Registro INVIMA 	Consulta y socialización por grupos de los trámites legales que deben cumplir las empresas. Diligenciamiento y orientación de los formularios para la respectiva legalización.	Describe los pasos fundamentales para la constitución de una empresa. Determina claramente los pasos a seguir para la constitución de empresas y sociedades	Utiliza las consultas sobre trámites legales realizadas en las distintas entidades gubernamentales para constituir una empresa. Elabora y diligencia los formatos exigidos para el cumplimiento de los requisitos legales	Permite trabajar en grupo y con agrado los diferentes temas y talleres realizados en clase y extra clase.
-Estrategia técnica y productiva. <ul style="list-style-type: none"> Manufactura o la producción. La tecnología Proceso productivo Fichas técnicas de producto Proveedores 	Elaboración de fichas técnica de producto Elaboración de mapas conceptuales Seguimiento a la elaboración del plan de negocio.	Reconoce los procedimientos que se deben establecer en una empresa para la elaboración de un producto.	Elabora fichas técnicas para el conocimiento de su producto	



INSTITUCION EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ
MALLA CURRICULAR AREA EMPRESARIA

ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCIOS II
GRADO 11

2017

PERIODO ACADEMICO: TERCERO

ESTANDAR: Reconoce el plan financiero como instrumento para precisar los recursos necesarios para poner en marcha el negocio.

COMPETENCIA: Elabora los estados financieros para una empresa.

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	DESEMPEÑOS		
		SABER COGNITIVA	SABER HACER PROCEDIMENTAL	SER ACTITUDINAL
-Plan Financiero <ul style="list-style-type: none"> • Punto de equilibrio • Margen de contribución • Capital de trabajo • Costo de ventas • Flujo de caja • Capital o patrimonio • Activos • Pasivos • Balance General • Estado de resultados 	<p>Trabajo dirigido</p> <p>Video “la importancia de los estados financieros”.</p> <p>Realización de trabajos en grupos</p> <p>Orientación en el desarrollo de las guías para los diferentes talleres</p> <p>Seguimiento a la elaboración del plan de negocio</p>	<p>Identifica las proyecciones económicas y financieras como un instrumento que ayuda a definir con precisión los recursos que se necesita para poner en marcha el negocio.</p>	<p>Aplica y reconoce conceptos básicos para establecer el plan financiero de una empresa.</p> <p>Establece y evalúa el punto de equilibrio de una empresa.</p>	<p>Asume actitudes críticas, argumentativas y propositivas en función de la resolución de problemas de carácter productivo y social.</p>



INSTITUCION EDUCATIVA TÉCNICA BOYACÁ
MALLA CURRICULAR AREA EMPRESARIAL
2017

ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCIOS II

PERIODO ACADÉMICO: CUARTO

ESTÁNDAR: Comprende la importancia de hablar en público.

COMPETENCIA: Exhibe, promueve y promociona sus productos en muestras empresariales.

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	DESEMPEÑOS		
		SABER COGNITIVA	SABER HACER PROCEDIMENTAL	SER ACTITUDINAL
-Plan de Implementación Comunicación • como hablar en público Muestra empresarial -Stand -Merchandising -Presentación personal -Presentación producto y/o servicio.	Video "Como hablar en Público" Video "Merchandising en el punto de venta" Clínica de ventas. Organización de la muestra empresarial Asistencia y participación como expositores a eventos de los colegios empresariales de Ibagué.	Identifica la comunicación en especial, el hablar en público como una posibilidad de dar a conocer su producto Reconoce e identifica los colores a utilizar en su stand, para lograr un excelente merchandising.	Socializa ante grupos de compañeros su producto y/o servicio. Evalúa la muestra empresarial como un espacio de encuentro e intercambio entre emprendedores y empresarios, donde se da la oportunidad de exhibir, ofrecer y comercializar productos y servicios. Reconoce la clínica de ventas como un ejercicio práctico para aprender a vender su producto.	Desarrolla procesos comunicativos eficaces y asertivos dentro de criterios de racionalidad que posibilitan la convivencia, el establecimiento de acuerdos, la construcción colectiva del conocimiento y la resolución de problemas de carácter productivo y social.

8. CONCLUSIONES

Las conclusiones que han arrojado la presente investigación, responden al objetivo general y los objetivos específicos, así como al interrogante planteado al inicio de la investigación.

8.1 EN RELACIÓN CON EL PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO

Caracterizar los elementos curriculares de las asignaturas “Plan de Negocio I y II” dentro del área empresarial en la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué.

Se evidenció que en cada uno de los componentes analizados del P.E.I de la Institución Educativa, se encuentran permeados los procesos de emprendimiento y el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes, hecho que hace que todas las acciones educativas que allí se orienten, incentiven la creatividad e innovación, gestión de proyectos, generación de ideas, aprovechamiento de oportunidades, la comunicación asertiva, todas estas actividades encaminadas a proporcionar competencias básicas para la vida, siendo prioridad para la Institución Educativa, el fortalecimiento del proyecto vida de la comunidad estudiantil.

En relación a los elementos del plan de área empresarial encontrados en el P.E.I., se constató que el área tiene establecido objetivos claramente definidos, los cuales conducen a la formación empresarial en los estudiantes de la educación media técnica, una estructura curricular establecida, donde se identifican las asignaturas e intensidad horaria semanal para la educación básica secundaria, al igual que la media técnica.

Así mismo se encuentran estructurado las mallas curriculares de las asignaturas que conforman el área empresarial, para la educación básica secundaria, las asignaturas que contempla la articulación con el programa que ofrece el SENA y gestión empresarial, faltando en este compendio las mallas curriculares del “Plan de Negocio I y II, para los

estudiantes de la educación media técnica, cuyo objetivo principal es el desarrollo de la empresarialidad, como complemento a la formación que ofrece el SENA, es por lo anterior que se establece el segundo objetivo, el cual va permitir establecer un diagnostico en los estudiantes de grado décimo en cuanto a los pre-saberes y expectativas en torno a la empresarialidad.

8.2 EN RELACIÓN CON EL SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO

Caracterizar el estado actual del desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes del grado décimo de la formación técnica de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué.

De acuerdo a los datos obtenidos, luego de la interpretación de los resultados del cuestionario, se evidencia, en primer lugar las respuestas en cuanto a los saberes previos de los educandos con respecto a la empresarialidad, en este sentido, se puede concluir que existen fundamentos sólidos en cuanto a los pre-saberes explorados en los educandos, demostrando así, que los conceptos indagados no son términos desconocidos para ellos, siendo un hecho importante que la gran mayoría de los jóvenes de este grado, han tenido la formación en emprendimiento desde grado sexto a noveno, por lo cual se evidencia que esta continuidad en el proceso enseñanza y aprendizaje se convierte en un facilitador en la formación empresarial de los estudiantes de la Institución Educativa.

En cuanto a las expectativas de los estudiantes con relación a la empresarialidad, se encontraron resultados significativos, pues los estudiantes han estado inmersos en contextos del comercio informal, lo que hace que sientan gusto por esta actividad e interés de aprender, para mejorar el negocio que genera los ingresos familiares, lo cual favorece, el fortalecimiento, la coherencia y la pertinencia de las asignaturas de “Plan de Negocio I y II” en el área empresarial y en la Institución Educativa, es importante señalar que las deficiencias encontradas en los jóvenes serán subsanadas con actividades pedagógicas descritas en la malla curricular de la asignatura “Plan de

Negocio I”, las cuales son encaminadas en despertar el interés y por ende el mejoramiento de las mismas.

8.3 EN RELACIÓN CON EL TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO

Generar las mallas curriculares para el desarrollo de la empresarialidad en los estudiantes de la formación técnica, en consideración, se exhiben las mallas curriculares de las asignaturas “Plan de negocio I y II para los estudiantes de los grados décimo y undécimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué, este material expone elementos importantes para la aprehensión del conocimiento de la empresarialidad y el desarrollo de la misma en los educandos, a partir de un proceso continuo.

RECOMENDACIONES

En consideración con la elaboración de las mallas curriculares “Plan de negocio I y II” para los grados décimo y undécimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué, se recomienda realizar la socialización con los demás docentes pertenecientes al área empresarial del plantel educativo, para evaluar en el material aquí expuesto, cada uno de los componentes y constatar con la aplicación, el cumplimiento del desarrollo de la empresarialidad en los educandos.

A partir del proceso de investigación realizado, se sugiere realizar el seguimiento a los estudiantes de grado undécimo de la Institución Educativa, lo cual va a permitir establecer con exactitud lo logrado en los jóvenes, con la implementación de las mallas curriculares de las asignaturas “Plan de negocio I y II.

REFERENCIAS

- Altuve, Z. (1980). *Metodología de la investigación II*. Caracas: Universidad Nacional Experimental.
- Andrade, J. (2002). Sucesión en la empresa familiar: Su futuro cuando la muerte se acerca. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 7(19), 375-389.
- Aranzadi, J. (2001). Empresarialidad, creatividad y ética. *Papeles de Ética, Economía y Dirección*(6), 1-14.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial Episteme.
- Aristizabal, C. (2008). *Teoría y metodología de investigación*. Colombia: Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Fundación Universitaria Luis Amigo.
- Bisquerra, R. (1989). *Métodos de investigación educativa: Guía práctica*. Barcelona: CEAC.
- Borjas, L. (2003). Espíritu empresarial, creatividad empresarial. Un nuevo reto. *Anales de la Universidad Metropolitana*, 3(2), 133-156.
- Carmen, C., & Viveros, H. (2011). *Los emprendedores evolucionan el concepto*. Recuperado el 16 de marzo de 2017, de Fundación Universitaria Católica: https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwj1_7y9LPUAhUI7SYKHRYzDDYQFggmMAA&url=http%3A%2F%2Ffiles.gerenciadeproyectos-ctc.webnode.es%2F200000029-

a9e07aadb3%2FEvolucion_conceptual_del_emprendimiento.pdf&usg=AFQjCNH8rhLQ

Colombia. (2006). *Ley 1014 - De fomento a la cultura del emprendimiento*. Bogotá D.C.: El Congreso de Colombia. República de Colombia.

Crissien, J. (2011). Enseñando entrepreneurship creación de empresas. Estrategias pedagógicas para despertar el espíritu empresarial. *Revista EAN*(71), 100-125.

Cristancho, A., & Guarnizo, C. (mayo-junio de 2013). Cultura institucional para el emprendimiento y la empresarialidad en el contexto educativo: Un enfoque de integralidad. *Magisterio*(62), 34-39.

Duarte, T., & Ruiz, M. (diciembre de 2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, XV(43), 326-231.

Espíritu, R., & Sastre, M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 17, 95-116.

Falla, S., Morales, I., Páramo, D., & Rengifo, G. (2008). La universidad del Tolima explora el emprendimiento rural juvenil, desde la perspectiva asociativa en el municipio de Ibagué. *Revista Mundo Económico y Empresarial*(6), 14-26.

Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina: Monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA: "Gestión del emprendimiento y la innovación" .

Freire, M. (2015). Educación en emprendimiento. Revisión de la literatura económica. *Iberian Journal of the History of Economic Thought*, 2(2), 82-100.

- García, F. (2013). Emprender desde la escuela, aportes a la formación para el emprendimiento desde la Pedagogía por Proyectos. *Educación y Ciencia*(16), 19-36.
- González, M. (2012). *El estudio del emprendimiento en México*. Recuperado el 25 de mayo de 2017, de Academia de Ciencias Administrativas A.C.: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/04_PF667_Emprendimiento_en_M__xico.pdf
- Guarnizo, C., & Velásquez, J. (2015). La cultura del emprendimiento y la empresarialidad en instituciones educativas de Colombia: realidades y oportunidades. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 6(2), 227-234.
- Guzmán, J., & Liñán, F. (2005). Una aproximación a la educación para el espíritu empresarial. *Boletín Económico de ICE*(2854), 31-38.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). México D.F.: MCGRAW-HILL.
- Herrera, C., & Montoya, L. (julio-diciembre de 2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, IV(7), 7-30.
- Hidalgo, L. (2016). Fundamentos Teórico- Metodológicos para la Formación en Emprendimiento y el Desarrollo de la Capacidad de Innovación en Profesionales. Caso de Estudio. *Revista Empresarial*, 10(2), 35-41.
- Hurtado, J. (1998). *Metodología de la investigación holística*. Venezuela: Editorial Caracas.
- Institución Educativa Boyacá. (2013). *Proyecto Educativa Institucional*. Ibagué, Colombia: Institución Educativa Boyacá.

- Jaramillo, L. (diciembre de 2008). Emprendimiento: Concepto básico en competencias. *Lumen*(7), 1-6.
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Washington D. C., Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.
- López, C. (2014). *Características de emprendimiento social de los jóvenes en estudios previos a los universitarios*. Madrid, España: Trabajo de fin de Máster. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid.
- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación. Universidad de Huelva*, 4, 167-179.
- MEN. (2006). *Serie Guías Nº 21 - Articulación de la Educación con el Mundo Productivo*. Bogotá D.C.: Ministerio de Educación Nacional.
- MEN. (2012). *Guía Nº 39 - La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos*. Bogotá D.C.: Ministerio de Educación Nacional.
- Peñaherrera, M., & Cobos, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *REICE: Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 238-247.
- Perdomo, G. (2010). Empresarialidad y empresa: Una aproximación desde la escuela austriaca. *Estudios Gerenciales*, 62(115), 161-178.
- RAE. (2014). *Emprendedor*. Recuperado el 11 de abril de 2017, de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=Esffwg4>

- Ramírez, R., Pérez, O., & Hernández, F. (2011). Los Proyectos Productivos Financiados con Remesas y el 3X1 en los Municipios Zacatecanos y sus Formas de Organización. *ConCiencia Tecnológica*(41), 13-21.
- Reinoso, J. (enero-marzo de 2012). Aplicación de un ambiente virtual de aprendizaje orientado a la formación empresarial. *Estudios Gerenciales*, 28(122), 105-119.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestión*(26), 94-119.
- Solano, J. (2009). *Educación y aprendizaje*. San José, Costa Rica: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana, CECC/SICA.
- Torroba, L. (2014). *Factores clave en el desarrollo del emprendimiento*. Madrid, España: Facultat de Ciències Econòmiques y Empresarials. Universitat Pontificia Comillas.
- Zackowska, E., & Cuc, J. (2011). Formación emprendedora universitaria desde la perspectiva del estudiante. *ECO Revista Académica*(6), 113-121.
- Zuluaga, J. (2010). *Emprendimiento e Historia Empresarial. Apuntes para un diálogo interdisciplinario en América Latina*. México D.F.: Ponencia a presentar en el Congreso Latinoamericano de Historia Económica. Doctorado en Administración, Universidad de los Andes.

ANEXOS

Anexo A. Cuestionario



UNIVERSIDAD DELTOLIMA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MAESTRÍA EN EDUCACIÓN



Cuestionario dirigido a los estudiantes de grado décimo de la Institución Educativa Técnica Boyacá de la ciudad de Ibagué, cuyo objetivo es identificar el estado actual del desarrollo de la empresarialidad.

Nombre: _____ Edad: _____

Lea cada pregunta y señale SI o No según su opinión personal y justifique la respuesta

1. ¿Para usted qué es empresarialidad?

2. ¿Para usted qué es un proyecto productivo?

3. Ha pensado alguna vez en generar iniciativas de negocio?

SI ___ NO ___ PORQUE _____

4. ¿Alguna vez haz considerado que tus ideas se pueden convertir en proyectos productivos?

SI ___ NO ___ PORQUE: _____

5. Le gustaría desarrollar su creatividad diseñando un proyecto productivo que le permita fortalecer su proyecto de vida?

SI___NO___PORQUE:_____

6. Le gustaría a través de la elaboración de un proyecto productivo acercarse al mundo laboral?.

SI___NO___POQUE:_____

7. Le gustaría participar como expositor en una muestra empresarial?.


SI___NO___PORQUE:_____

Gracias.

Anexo B. Elementos curriculares de las asignaturas “Plan de negocio I y II” dentro del área empresarial en el P.E.I. de la Institución Educativa Técnica Boyacá

COMPONENTES PEI	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA EMPRESARIALIDAD
MISIÓN	Se propone generar y promover una cultura científica y emprendedora entre los actores de la comunidad educativa, mediante la construcción de un pensamiento científico, humanista y empresarial, que estimule la gestión de proyectos de estudio y apropiación de recursos naturales y tecnológicos, de desarrollo social y económico; a partir de un proceso de educación integral realizado a través de las áreas de formación de niveles de Preescolar, Básica, Media Académica, Media Técnica y Adultos.
VISIÓN	Los saberes y competencias científicas y empresariales serán incorporados al proyecto de vida de cada integrante de la comunidad educativa; transformando a la Institución Educativa Técnica Boyacá, en líder local de la formación de ciudadanos con una cultura de gestión autónoma, que contemple aspectos, económicos, axiológicos, ambientales, científicos, tecnológicos, y culturales, expresado en proyectos e iniciativas que vinculen de manera efectiva a los estamentos de la Institución.
VALORES INSTITUCIONALES	Componente pedagógico: Ofrecer al educando un desarrollo armónico de su ser con plena conciencia, para crear y aplicar el conocimiento en el mejoramiento familiar y social. Capacitándolo para su desempeño en el ámbito técnico empresarial y educacional como una respuesta a las necesidades propias de su entorno
PERFIL DEL ESTUDIANTE	Capaz de investigar, crear e innovar.
OBJETIVOS INSTITUCIONALES	Generar una cultura con proyección empresarial, emprendedora, participativa, ética, autónoma, solidaria, reflexiva y crítica de su entorno.
PLANES DE ESTUDIO OBJETIVOS GENERALES	Nivel de educación media técnica: <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer la mentalidad emprendedora con el fin de incentivar la creatividad, el emprendimiento, las competencias de comunicación y el conocimiento de la actividad empresarial local. - Ofrecer conocimientos contables, estadísticos, proyectándolos en la mecanización de la vida diaria, preparándolos para el mundo de los negocios y las futuras gestiones empresariales haciéndolo competitivo.

	<ul style="list-style-type: none"> - El alumno mediante el conocimiento de procesos técnicos empresariales estará en capacidad de controlar los inventarios, presentar informes económicos, financieros y liderazgo en la creación de empresas cuando comience el grado décimo. - Con base en los conocimientos y prácticas y el término de sus estudios, el alumno estará en capacidad de crear un Plan de Negocios que cumpla sus proyecciones personales, en la creación de empresas o microempresas para poder competir en el medio social productivo que lo rodea.
PLAN DE ESTUDIOS DE LA MEDIA TECNICA	<p>EDUCACION MEDIA TECNICA</p> <p>Para los grados décimo y undécimo se complementan para el área empresarial las siguientes asignaturas:</p> <p>Plan de Negocios, Visión Empresarial y Habilidades de Dirección.</p>
PLAN DE ESTUDIOS ASIGNATURAS AREA EMPRESARIAL	<p>AREA EMPRESARIAL</p> <p>En el nivel de educación básica secundaria (sexto a noveno) se contemplan lo siguiente asignaturas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mentalidad emprendedora, (intensidad horaria, 1 hora semanal) - Contabilidad: (Intensidad horaria 3 horas semanales). <p>En la educación media técnica, grados décimo y undécimo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de negocios: (intensidad horaria de 3 horas semanales). - Gestión Empresarial (intensidad horaria de 3 horas semanales). - Talento Humano (intensidad horaria de 2 horas semanales) - Negociación: (Intensidad horaria 3 horas semanales)

 Universidad del Tolima	PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN DE USUARIOS AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	Página 1 de 3
		Código: GB-P04-F03
		Versión: 03
		Fecha Aprobación: 15 de Febrero de 2017

Los suscritos:

Angela Cristina Méndez Gil	con C.C N°	65.756.686 de Ibagué
_____	con C.C N°	_____
_____	con C.C N°	_____
_____	con C.C N°	_____
_____	con C.C N°	_____

Manifiesto (an) la voluntad de:

Autorizar ☒

No Autorizar ☐ Motivo: _____

La consulta en físico y la virtualización de **mi OBRA**, con el fin de incluirlo en el repositorio institucional de la Universidad del Tolima. Esta autorización se hace sin ánimo de lucro, con fines académicos y no implica una cesión de derechos patrimoniales de autor.


Manifestamos que se trata de una OBRA original y como de la autoría de LA OBRA y en relación a la misma, declara que la UNIVERSIDAD DEL TOLIMA, se encuentra, en todo caso, libre de todo tipo de responsabilidad, sea civil, administrativa o penal (incluido el reclamo por plagio).

Por su parte la UNIVERSIDAD DEL TOLIMA se compromete a imponer las medidas necesarias que garanticen la conservación y custodia de la obra tanto en espacios físico como virtual, ajustándose para dicho fin a las normas fijadas en el Reglamento de Propiedad Intelectual de la Universidad, en la Ley 23 de 1982 y demás normas concordantes.

La publicación de:

Trabajo de grado	<input checked="" type="checkbox"/>	Artículo	<input type="checkbox"/>	Proyecto de Investigación	<input type="checkbox"/>
Libro	<input type="checkbox"/>	Parte de libro	<input type="checkbox"/>	Documento de conferencia	<input type="checkbox"/>
Patente	<input type="checkbox"/>	Informe técnico	<input type="checkbox"/>		
Otro: (fotografía, mapa, radiografía, película, video, entre otros)					<input type="checkbox"/>

Producto de la actividad académica/científica/cultural en la Universidad del Tolima, para que con fines académicos e investigativos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad del

 Universidad del Tolima	PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN DE USUARIOS AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	Página 2 de 3
		Código: GB-P04-F03
		Versión: 03
		Fecha Aprobación: 15 de Febrero de 2017

Tolima. Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982. En concordancia suscribo este documento en el momento mismo que hago entrega del trabajo final a la Biblioteca Rafael Parga Cortes de la Universidad del Tolima.

De conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982 en los artículos 30 “*...Derechos Morales. El autor tendrá sobre su obra un derecho perpetuo, inalienable e irrenunciable*” y 37 “*...Es lícita la reproducción por cualquier medio, de una obra literaria o científica, ordenada u obtenida por el interesado en un solo ejemplar para su uso privado y sin fines de lucro*”. El artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*” y en su artículo 61 de la Constitución Política de Colombia.

- Identificación del documento:

Título completo: **GENERACION DE LOS CONTENIDOS DE LAS MALLAS CURRICULARES DE LAS ASIGNATURAS DE PLAN DE NEGOCIO I Y II PARA EL DESARROLLO DE LA EMPRESARIALIDAD EN LOS ESTUDIANTES DE LA FORMACION TECNICA DE LA INSTITUCION EDUCATIVA TECNICA BOYACA DE LA CIUDAD DE IBAGUE.**

- Trabajo de grado presentado para optar al título de:


Magister En Educación.

- Proyecto de Investigación correspondiente al Programa (No diligenciar si es opción de grado “Trabajo de Grado”):

- Informe Técnico correspondiente al Programa (No diligenciar si es opción de grado “Trabajo de Grado”):

- Artículo publicado en revista:

- Capítulo publicado en libro:

	PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN DE USUARIOS AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	Página 3 de 3
		Código: GB-P04-F03
		Versión: 03
		Fecha Aprobación: 15 de Febrero de 2017


- Conferencia a la que se presentó: _____

Quienes a continuación autentican con su firma la autorización para la digitalización e inclusión en el repositorio digital de la Universidad del Tolima, el:

Día: 23 Mes: AGOSTO Año: 2017

Autores:

Firma

Nombre:	ANGELA CRISTINA MENDEZ GIL		C.C.	65.756.686 de Ibagué
Nombre:	_____	_____	C.C.	_____
Nombre:	_____	_____	C.C.	_____
Nombre:	_____	_____	C.C.	_____

El autor y/o autores certifican que conocen las derivadas jurídicas que se generan en aplicación de los principios del derecho de autor.